

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
PERIODISMO PARA PRENSA, RADIO Y TV

“EL PORTAL GKILLCITY.COM COMO ESPACIO DE
PERIODISMO CIUDADANO Y CONTRACULTURAL”

DIEGO FRANCISCO MALDONADO HERRERA

DIRECTOR: PABLO ESCANDÓN

QUITO, 2015

A mi madre, Rosa Emilia (†).

Agradecimientos

A mi madre, Rosita (q.e.p.d.), por darme todo el amor que un hijo pudo recibir y hacer de mí quien soy y quien seré.

A mi padre, Roque, por apoyarme incondicionalmente en mi crecimiento personal y académico, y siempre ser un testimonio de vida para mí.

A mis hermanas: Adriana, Marlene y Fernanda, por regalarme mucho amor y resguardo cuando lo necesité.

A mis sobrinos, Sebastián y Dianita, por llenar mi corazón de alegrías.

A Valentina, por su cariño y apoyo en los momentos más duros de este proceso.

A Pablo Escandón, mi director, por guiar este trabajo, a pesar de las dificultades.

Y a todos quienes pusieron un granito de arena en este trabajo.

¡Mil gracias!

ABSTRACT

Ante el progresivo y violento establecimiento de una Sociedad de la Información en nuestro entorno, nuevas propuestas han germinado desde el campo periodístico. Es el caso de GkillCity.com, un medio de comunicación nativo de Internet que ha planteado un modelo liberal y alternativo de periodismo, sostenido en un sistema de valores culturales arraigados al entorno digital.

El estudio en cuestión tiene como objeto identificar las particularidades de este cibermedio, enmarcado en dos dimensiones culturales que lo gestaron como proyecto: el periodismo ciudadano o participativo y la contracultura. Así, también, comprender las lógicas de producción y consumo de este medio.

Para este fin, se propone dos análisis metodológicos: el primero descubre el empoderamiento efectivo del entorno digital, por medio de la “Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea” de Lluís Codina. El segundo, por su parte, evalúa si se apega o no a los valores culturales del proyecto, tanto en participación, cuanto en propuesta alternativa. Para esto se utiliza el Mapa de mediaciones de Jesús Martín Barbero.

Los resultados obtenidos evidencian las transformaciones tecnológicas y culturales de este medio digital, así como la ritualidad marcada en las audiencias adherentes a este fenómeno.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	5
1.1 Evolución de los medios de comunicación “tradicionales” al Internet	5
1.1.1 El Internet, una fase avanzada de la “Aldea global”	5
1.1.2 Los Medios de comunicación frente a la “Autocomunicación de Masas”	6
1.1.3 El Periodismo en la “Sociedad de la Información”	7
1.2 Periodismo Digital.....	9
1.2.1 Definiciones y conceptos de “Periodismo Digital”	9
1.2.2 Características del Periodismo Digital	10
1.3 Medios de Comunicación en el Ecuador.....	29
1.3.1 Antecedentes de los medios de comunicación digitales en el Ecuador	29
1.3.2 Medios tradicionales en el Ecuador y su migración a la red	30
1.3.3 Medios digitales nativos en el Ecuador y su posicionamiento	31
CAPITULO II.....	32
2.1 Periodismo Ciudadano	32
2.1.1 Definiciones de Periodismo Ciudadano	32
2.1.2 Contexto del fenómeno: la intermediación periodística puesta en duda	33
2.1.3 El valor de la participación: convivencia de medios y comunidades	35
2.1.4 Reglas y formas de periodismo participativo según Bowman y Willis.....	36
2.1.5 Críticas.....	39
2.2 Contracultura y “nuevos medios”	40
2.2.1 Definiendo el fenómeno de la contracultura.....	40
2.2.2 Crítica a la racionalidad y a la sociedad industrial y tecnocrática	44
2.2.3 La Dimensión Cultural del Internet y determinismo tecnológico	49
CAPITULO III.....	52

3.1 Descripción del objeto de análisis	52
3.2 Metodología de Análisis.....	56
3.2.1 Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea.....	56
3.2.2 Mapa de mediaciones	60
3.3 Análisis metodológico.....	65
3.3.1 Análisis por Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea.....	65
3.3.2 Análisis por el Mapa de Mediaciones	75
CONCLUSIONES	84
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	90

INTRODUCCIÓN

El Periodismo es uno de los oficios que más transformaciones ha sufrido por el desarrollo de las tecnologías de la información. Los medios de comunicación tradicionales, entendidos por los formatos analógicos de prensa, radio y televisión, se enfrentan a una inminente crisis ante el escenario digital. Al mismo tiempo, se han levantado nuevos medios de comunicación desde internet, que pujan por ganarse reputación entre sus audiencias y dejan ver particularidades en su estructura y finalidad. Esta ampliación de la oferta ha permitido una diversificación y movilidad de las audiencias. Prueba de ello es que muchos medios tradicionales se han visto obligados a migrar sus contenidos a la red y emprender nuevas lógicas de producción de contenido.

Esta nueva etapa que inaugura el internet en el periodismo obliga a los cibermedios, tanto migrantes como nativos, a reformular la oferta periodística para unas audiencias con nuevos valores culturales y tecnológicos. La Sociedad de la Información, como Armand Mattelart (2007) calificó a esta nueva audiencia digital, ha encontrado en internet una meca de la participación y la pluralidad, que les otorga la capacidad de formular contenidos propios y, en cierto modo, desconcentrar la hegemonía de los medios tradicionales en cuanto a la mediación de la opinión pública y la información.

No obstante, las audiencias no solo han experimentado transformaciones en los aspectos tecnológicos y culturales. Hay un factor importante que ha deslegitimado la estructura jerárquica de los medios tradicionales: la desconfianza. Es así que se han despertado muchos cuestionamientos al ejercicio periodístico. Como lo expresa Pierre Bourdieu: “La expansión del Internet entre la población coincide con un momento de profunda crítica al funcionamiento del periodismo” (Cardoso, 2008, pp 215).

Luego de este preámbulo, se propone el siguiente análisis. Esta investigación se centrará en analizar el portal GkillCity.com como un cibermedio “digital, liberal y alternativo” (GkillCity.com, s.f.) tal como reza su autodenominación, busca establecer una nueva dinámica de periodismo digital, sostenido a los principios del periodismo ciudadano o participativo. La participación de las audiencias, se puede medir a través de la mediación de temas y por la aplicación de recursos interactivos que brinda el espacio digital. Por otro lado, este medio digital mantiene una postura crítica frente a la gestión periodística de los medios de comunicación tradicional, esto con el propósito de cuestionar el imaginario del

statu quo que ellos ostentan y su gestión hegemónica sobre la opinión pública. Esta suerte de oposición deja entrever una postura contracultural hacia el ejercicio periodístico tradicional y permite analizar las propuestas que enmarca este medio alrededor de nuevas estructuras de negocio, nuevos actores en la opinión y nuevas retóricas para formular contenidos periodísticos, todo esto con el internet como catalizador fundamental.

Bajo estas corrientes teóricas, el periodismo ciudadano y la contracultura, se fundamenta este estudio que se divide en dos aristas de análisis: En primer lugar, se establece las características que configuran el periodismo digital, contemplado en el primer capítulo de este trabajo. La profundización de estos conceptos es importante para comprender las bases en que se fundamenta GkillCity.com.

A pesar de que es un fenómeno relativamente nuevo en la sociedad ecuatoriana, el periodismo digital o periodismo en internet ya ha sido teorizado por algunos académicos alrededor del mundo. Este marco teórico permite ir a las bases del periodismo digital, desde la evolución mencionada en las primeras líneas de esta introducción, hasta el funcionamiento y el contexto en el medio local. Se contemplan aspectos como las primeras definiciones y características que han otorgado importantes teóricos a este formato periodístico en la red con sus particularidades y dinámicas. Se puede destacar entre los autores destacados a Ramón Salaverría en apoyo de otros teóricos como David Parra Valcarce, Elvira García, Xosé López y otros tantos teóricos que han aportado conceptos a este tema. Entre la bibliografía destacada se puede mencionar: *El Manual de Redacción Ciberperiodística* (Díaz Noci & Salaverría, 2003) y *Redacción periodística en Internet* (Salaverría, 2005) como principales sustentos teóricos.

La otra arista de análisis en la cual se sostiene este estudio es el periodismo ciudadano o participativo, como concepto, y la contracultura vinculada al periodismo desde el enfoque de la crítica a la racionalidad y a la dimensión cultural del internet. En el subcapítulo del periodismo ciudadano se aclaran las definiciones que sostienen a este término. Es importante tomar en cuenta que el concepto es muy amplio y al tratarse de un activismo más que una teoría, tiende a caer en subjetividades, en tal virtud, enfoque que concierne a este análisis recae sobre los principios de participación en medios nativos en internet. Además, se dilucidaron las características, las motivaciones que generan este fenómeno, como los cuestionamientos a la intermediación periodística, la apología a la participación y la convivencia entre medios de comunicación y comunidades. En esta parte, se abordan conceptos otorgados por teóricos como Dan Gillmor, un periodista

reconocido como el promotor de esta corriente, y otros autores que han ampliado este concepto como Oscar Espitirussanto, Shayne Bowman, Chris Willis y Guillermo López García. Se pueden destacar textos como: *Nosotros, el medio: Cómo las audiencias están moldeando el futuro de la noticia y la información* (Bowman & Willis, 2003) y *El Ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet* (López García G., 2005).

De forma complementaria, se estudia las formas de aplicación de la contracultura en el periodismo digital. El periodismo ciudadano, al generar una posición de manifiesta crítica al esquema hegemónico en aspectos editoriales y comerciales, es importante entender cómo se fundamenta este pensamiento desde las culturas de lo alternativo, underground, o lo que han denominado algunos autores como la contracultura. GkillCity.com, al haberse identificado como “alternativo”, es trascendental abstraer esa definición en el ámbito periodístico.

Es por ello que este estudio aborda las vinculaciones de la contracultura con los medios digitales y, específicamente con el periodismo. Se dilucida algunas corrientes contraculturales como el nuevo periodismo o el periodismo narrativo que instutuyó Thruman Capote con obras tradicionales como “A sangre Fría” que, entre sus principales características muestra la ruptura entre los cánones puristas de la literatura y el periodismo.

Por otro lado, se contextualiza el fenómeno contracultural en la sociedad industrial, en un inicio y en la sociedad de la información, en segunda instancia. Theodore Rozsak, quien acuñó el término “contracultura” en su libro *El Nacimiento de una contracultura* (1970), junto con otros autores adeptos a la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt como Hebert Marcuse, dejan los pilares teóricos para comprender la crítica a la racionalidad y la sociedad industrial, que configura los cuestionamientos al ejercicio editorial y mercantil de los medios de comunicación tradicionales. Así mismo, se contextualiza la el marco cultural que asume el internet, como un catalizador de las propuestas alternativas y cómo esto la mediación entre usuarios. Es importante mencionar a autores como Manuel Castells, Jesús Martín-Barbero, Luis Racionero y David Morley en la estructuración teórica de la dimensión cultural del internet. Todo este fundamento teórico otorga al análisis una lectura amplia de la institucinalización de nuevos medios alternativos, en el espectro digital, y alimenta el análisis planteado en el último capítulo.

En el tercer capítulo se propone dos análisis complementarios, cada uno con su propia metodología. En un principio, se define al objeto de análisis y se identifican sus

principales autoconcepciones, las cuales no han sido estáticas por la naturaleza experimental del objeto de análisis. La transformación fundamental fue una reingeniería de su plataforma y sus contenidos, esto ha permitido dilucidar con más claridad los cambios periodísticos y culturales. No obstante, por fines metodológicos, este análisis se ha centrado en la última versión de este cibermedio.

Con el objetivo de evaluar los aspectos teóricos de cada uno de los dos primeros capítulos, se aplicaron dos metodologías de análisis: La primera, correspondiente al primer capítulo se trató de “*Evaluación de Recursos Digitales*” del profesor Lluís Codina (2000). Esta prueba permitía ver la efectividad y la aplicación del portal web hacia los recursos digitales, se puede mencionar entre los axiomas más importantes que rigen a los medios digitales, a la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad. De forma cuantitativa se puede apreciar cuán efectivo es el portal.

La segunda metodología de análisis profundiza en la teoría expuesta en el segundo capítulo: periodismo ciudadano y contracultura con sus fundamentaciones pertinentes. La aplicación de estas teorías, al tratarse de una relación negociada entre el medio y la audiencia, se escogió como metodología al “*Mapa de Mediaciones*”, propuesto por Jesús Martín-Barbero en su libro: *De los Medios a las Mediaciones* (2003). Este análisis se concentró en develar las motivaciones culturales que se destacan en GkillCity.com: su estructura institucional, sus técnicas de difusión y formato periodístico y finalmente la negociación que establecen con su audiencia. La ventaja de esta metodología es que permite comprender el proceso de mediación de una forma integral.

Para estos dos últimos análisis, se seleccionó una muestra que contemplaba los últimos artículos publicados en la semana del 20 al 27 de abril del 2015. Además, se tomaron en cuenta las últimas publicaciones de secciones en las cuales no se publicaron en esa semana. 11 publicaciones fueron analizadas en total, una entrevista a una editora de este medio, entre otras notas de prensa, información relacionada y videos disponibles en internet.

CAPITULO I

1.1 Evolución de los medios de comunicación “tradicionales” al Internet

1.1.1 El Internet, una fase avanzada de la “Aldea global”

Los medios de comunicación y la tecnología siempre han mostrado una suerte de interdependencia. Desde el aparecimiento de la imprenta con Johannes Guttemberg se instituyó a la reproductibilidad técnica como un factor que potenció la distribución de mensajes. Luego, este fenómeno acentuó con el desarrollo de distintas telecomunicaciones como: el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión y hasta el Internet. Jaime Alonso y Lourdes Martínez señalan que cada medio se define por las posibilidades que ofrece una tecnología concreta que adopte y añaden:

El concepto de medio está íntimamente ligado al de tecnología, ya que cada desarrollo tecnológico ha propiciado la aparición de nuevos medios (...) La emisión por ondas, y posteriormente el cable y el satélite permitieron el desarrollo de la radio y la televisión y actualmente, la evolución de las técnicas informáticas y de telecomunicaciones está dando lugar a nuevos medios distintos a los tradicionales. (Díaz & Salaverría, 2003, pp. 261)

El desarrollo de todos estos medios de comunicación incidió en fuertes cambios culturales y sociales. Existen muchas teorías para describir la evolución de los medios de comunicación y su efecto en las sociedades, pero una buena lectura la generó Marshal McLuhan en su libro “Comprender los medios de comunicación” donde presenta un extenso análisis de los efectos sociales alrededor del desarrollo de los medios de comunicación tradicionales y cómo ellos resultan ser una extensión de nuestro cuerpo. Estas conclusiones fueron publicadas en el contexto de 1964, antes de que el fenómeno del Internet sobre las comunicaciones sea determinante. No obstante, su análisis es perfectamente aplicable al fenómeno digital, como lo han recogido autores como Pedro Sempere en su libro “*McLuhan en la era Google*” (2007).

Sempere resume el desarrollo de los medios de comunicación en tres eras de la civilización: prealfabética, alfabética y electrónica. Cada una marcada atravesada por avances tecnológicos claves, como el aparecimiento de la imprenta o la televisión, que significaron una transformación en las sociedades. Pedro Sempere hace un análisis del término ‘*Aldea Global*’ (2007,52) y lo describe como una respuesta a la globalización ocasionada por las tecnologías electrónicas, en donde tenemos una sociedad participativa, unificada y descentralizada, tal como en un medio tribal, pero con la electricidad como elemento unificador y la televisión como medio hegemónico. Sempere pone al alunizaje de Neil Armstrong, como un hito de las tecnologías de la comunicación: “La verdadera

trascendencia tecnológica no fue la ingeniería espacial que permitió el alunizaje sino las tecnologías de las comunicaciones que permitió que este hecho pueda ser visto en directo por mil millones de personas.” (Sempere, 2007, pp. 52).

El Internet ha confirmado las intuiciones de la teoría de McLuhan y este vendría a ser una “sub-era o fase avanzada” de la Era Electrónica, tal como la Imprenta fue una fase avanzada de la era alfabética, según argumenta Sempere.

1.1.2 Los Medios de comunicación frente a la “Autocomunicación de Masas”

Uno de los primeros efectos del uso generalizado del internet en las sociedades fue la simplificación de la generación y transmisión de cualquier tipo de información digitalizable, es decir: textos, audios, videos, imágenes, etc; entre uno o varios emisores y uno o varios receptores. Manuel Castells ofrece un detenido análisis sobre el fenómeno que denominó “autocomunicación de masas” (2009, pp. 100); es decir, la capacidad que tienen los cibernautas de generar e intercambiar contenidos informativos y culturales por medio del internet, sin depender del filtro que esta significan los medios de comunicación tradicionales.

Castells asevera que el desarrollo de las tecnologías en la Web, así como la cada vez mayor capacidad de ancho de banda, sustentan la proliferación de espacios sociales y, en definitiva, generan “redes horizontales de comunicación” (2009, pp.100). Además, compara a la penetración de internet como la de las redes eléctricas, tal como McLuhan al fenómeno televisivo. El autor concluye que los usuarios han construido un sistema propio de intercambio de información. Esto se evidencia en formas de comunicación como: SMS, blogs, podcasts, wikis, entre otros.

Con la convergencia de Internet y las comunicaciones inalámbricas y la difusión gradual de una mayor capacidad de banda ancha, el poder de procesamiento de información y comunicación de internet llega a todos los ámbitos de la vida social como llegan la red eléctrica y la energía en las sociedades industriales. (Castells, 2009, pp.100)

Pese a que los medios de comunicación tradicionales evidencian fuertes vinculaciones con el Internet, Castells encuentra algunas características únicas de este espacio que no permitirían comparar al internet como los medios de comunicación tradicionales. Es por eso que, por ejemplo, no considera que se puedan medir audiencias, como se lo hace en la televisión o en la radio debido a que su uso no se limita al consumo de contenidos informativos o culturales, sino que genera una economía de la información que abarca muchas actividades como trabajo, estudios, política, religión. El autor lo cataloga como un “tejido de comunicación de nuestras vidas”

Lo que el autor sí reconoce es que el Internet incide en el acceso cada vez mayoritario a los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), así como cualquier contenido informativo o digital que haya sido digitalizado (películas, revistas, música, bases de datos, libros, etc)

Por otro lado, Castells evidencia que los medios de comunicación sufrieron una transformación en sus estructuras internas, debido al mayor flujo de información que ofrece el internet. Es así que se desarrolló la conexión entre redacciones y agencias de noticias alrededor del mundo para intercambiar información.

Las redacciones de periódicos, televisores y radios se han transformado con la digitalización de las noticias y el incesante procesamiento global-local. Así pues, la comunicación de masas en sentido tradicional ahora también es una comunicación basada en Internet tanto en su producción como en su transmisión” (Castells, 2009, pp. 101)

1.1.3 El Periodismo en la “Sociedad de la Información”

La dinámica de producción y distribución de contenidos periodísticos tuvo un quiebre notable con el apareamiento del internet. La “Sociedad de la Información” término acuñado por Armad Mattelart (2007) para describir una serie de transformaciones económicas, sociales, culturales y tecnológicas sucedidas a partir del uso generalizado del Internet, propició un escenario favorable para el apareamiento del Periodismo Digital. Xosé López, evidencia este fenómeno comunicacional:

La aparición de Internet y su desarrollo, con importante sectores de la población que apuestan por su uso, marcan la nueva etapa que comienza entre 1995 y 2000. Es el inicio del llamado periodismo digital y de la revolución marcha alrededor de la red de redes y de la reestructuración del sector de la comunicación. (2010).

López resalta que la creación de redes horizontales y el fenómeno de la “autocomunicación de masas” (Castells, 2009, pp. 100) incidieron en la evolución del sistema de medios. A la par, al periodismo se le presentó el reto de mantener su papel, demostrar su utilidad y adaptarse a los nuevos tiempos.

Todas estas transformaciones tecnológicas brindaron un nuevo bagaje de conocimientos y herramientas a disposición de la formación periodística. Tanto los medios de comunicación como la academia descubrieron un nuevo espectro para el intercambio de información, como es el Internet, y formularon nuevas guías para el manejo de contenidos en soportes hipertextuales y multimedia, a medida que crecía la demanda de los usuarios.

Para los medios de comunicación tradicionales, el internet se presentó como un desafío a la reformulación de su modelo de negocio. Las empresas de comunicación trasladaron sus marcas al Internet y empezaron a generar nuevos productos informativos en este soporte; sin prescindir, al menos en un inicio, del soporte tradicional de prensa, radio o

televisión, tal como lo menciona López en un ensayo titulado “*Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información*” (2002). Así mismo, debido a que generar contenido se volvió mucho más asequible, nuevos medios aparecerían en el escenario digital. Xosé López ya concebía al periodismo digital como “una realidad” (2002, pp.12) y, a partir de esta formulación, preveía de una “convivencia de los medios tradicionales y los nuevos medios”:

El nuevo escenario obliga a los medios tradicionales a redefinir su papel, con la elaboración de productos que tienen en cuenta la realidad de la oferta en todos los soportes, y a los nuevos medios a cubrir el espacio que les ha reservado el sistema mediático actual.

A corto y medio plazo, todos los datos apuntan a una convivencia de los medios tradicionales y los nuevos medios. Los primeros todavía reformularán mucho más sus productos de acuerdo con las demandas de los usuarios, mientras los segundos nacerán para aprovechar todas las posibilidades que ofrecerá la red. Los nuevos medios del siglo XXI serán productos digitales, multimedia e interactivos que actuarán en un entorno donde habrá menos limitaciones técnicas para la transmisión con rapidez de imágenes de calidad. Eso, al menos, es lo que anuncian los tecnólogos (o tecnófilos). (López, 2002)

Una de las primeras percepciones que se generalizaron en los periodistas a partir la masificación del internet y la Sociedad de la Información fue el peligro de extinción de los medios de comunicación tradicionales debido a la transformación de su modelo de negocio. No obstante, algunos teóricos han descartado esta posibilidad. Gustavo Cardoso en su libro “*Los Medios de Comunicación en la Sociedad en Red*” (2008) brinda algunas opiniones recogidas sobre un eventual final del periodismo a causa del internet.

Brian Winston en su libro “*Media Technology and Society*”, mencionado en el libro de Gustavo Cardoso (2003), cree que el internet es parte de una evolución en la comunicación y sostiene: “El internet no es una discontinuidad tecnológica promotora de rupturas en el periodismo, sino, como una innovación apropiada para esa profesión en el contexto de experiencias previas de apropiaciones de otros medios y necesidades profesionales” (Cardoso, 2008, pp. 213).

Por otra parte Mehmed Lutfi, también mencionado en el texto de Cardoso, parafrasea a Umberto Eco, expresa la siguiente reflexión:

La historia de los medios de comunicación de masas demuestra que una nueva tecnología no erradica a otra, se convierte en una alternativa. En la mayor parte de los casos, una nueva tecnología constituye una extensión de las anteriores, considerándose que están en mutación los modos de producción y no la materia de la noticia producida (Cardoso, 2008, pág. 213)

Finalmente, Pierre Bourdieu hace una referencia histórica y contextualiza el hecho en la percepción negativa al papel de los periodistas y el modelo económico de los medios de comunicación, a finales del siglo XX en los países desarrollados. Esto, a su vez pudo apuntalar la idea de un renovado periodismo en internet.

La hipótesis aquí planteada, la posible sustitución del modelo de periodismo vigente y la reorganización de los medios de comunicación de masas encuentran un campo fértil para germinar, ya que la expansión del internet entre la población coincide con un momento de profunda crítica al periodismo (Cardoso, 2008, pp. 215)

1.2 Periodismo Digital

1.2.1 Definiciones y conceptos de “Periodismo Digital”

La incorporación de los medios tradicionales a la red obligó a algunos teóricos de la comunicación y a los mismos medios en cuestión a generar nuevos conceptos sobre la formación y el ejercicio periodístico en este nuevo escenario. Es así que se acuñaron términos como: Periodismo Digital, Periodismo en Internet o Ciberperiodismo. Esto con el fin de diferenciarlo del periodismo practicado hasta finales del siglo XX por la prensa, la radio y la televisión.

Existen muchas definiciones y concepciones sobre el rol del periodista y de los medios de comunicación en internet, por lo que resulta de difícil otorgar una noción englobante del Periodismo Digital. Jaime Alonso y Lourdes Martínez en el libro “Manual de Redacción Ciberperiodística” reconocen una fase experimental en el salto a la red del periodismo. “En el caso de internet, tanto medios como los periodistas se encuentran en una fase experimental en al que aplican viejas fórmulas se inventan otras nuevas para adaptarse a las innovaciones tecnológicas y a las nuevas necesidades de las audiencias” (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 264).

En un análisis semántico, Ramón Salaverría en su libro “*Redacción periodística en Internet*” concluye que la mejor etiqueta para definir el periodismo en la red es “Ciberperiodismo” debido a su “precisión, concisión y respeto por la lengua española” (2005, pp. 13), a pesar de que reconoce que existe un uso generalizado del término “Periodismo Digital”. Así mismo, Salaverría reflexiona sobre la necesidad de adjetivar al periodismo en internet, en una suerte de neologismo:

¿Acaso el término «periodismo» no basta por si solo la labor de los periodistas en las redes interactivas? Parece que no. De lo contrario, tantos profesionales y académicos no se habrían visto en la necesidad de adjetivar al sustantivo periodismo con términos como los que se ha mencionado más arriba (2005, pág. 13)

Otro de los autores que apoyan la propuesta de Salaverría son David Parra Valcarce y José Álvarez Marcos, quienes en el libro “*Ciberperiodismo*” señalan que la terminología alrededor del periodismo en internet sufre una “convención lingüística” porque “la tecnología avanza con la fuerza de un tornado y desborda nuestra propia capacidad de nombrar objetos” (Parra & Álvarez , 2004, pp. 47). Al igual que Salaverría, toman como

referencia el término ciberperiodismo, no obstante, reconocen la validez de términos similares como “periodismo en línea”, “digital” “en internet” o “multimedia”.

1.2.2 Características del Periodismo Digital

El entorno que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación e información forjó una nueva arquitectura en la producción y distribución de mensajes. Es precisamente el Internet el elemento que concentra en el entorno-red todos los flujos de información y los redistribuyen los canales de tráfico de información. Es por ello que algunos teóricos de la comunicación han descubierto una gama de posibilidades que diferenciarían al Periodismo Digital de otras formas de periodismo con tecnologías previas al Internet.

En un diálogo entre los teóricos Newhagen y Rafaelli en 1996 ya identificaron la importancia de la “arquitectura distribuida” y a la “digitalización del mensaje” (Diaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 50) como elementos claves que diferencian al entender al internet de otras tecnologías, así como cinco razones exclusivas de la comunicación digital. En el contexto de los años noventa, estas particularidades invitaban a los investigadores en comunicación a estudiar el fenómeno del Internet:

1. La apelación sensorial multimedia,
2. la ruptura de la linealidad,
3. la desaparición de rutas prefijadas en el tráfico de información ,
4. la elasticidad de la sincronía
5. y la interactividad.

Por su lado, Ramón Salaverría (2005, pág. 23) destaca dos rasgos que adquieren los mensajes en el Internet, al experimentar una ruptura de las condiciones de tiempo y espacio. En este marco, el autor destaca dos características:

- Policronismo: Existe múltiples posibilidades de relación temporal entre emisores y receptores. El emisor puede dar elocución a un mensaje y su recepción puede ser asincrónica.
- Multidireccionalidad: A diferencia de los medios tradicionales, se puede experimentar una comunicación unidireccional (de un punto a otro sin posibilidad de repuesta); bidireccional (de un punto a otro, con respuesta) o multidireccional (de varios puntos a varios puntos).

Todas estas características se concentran en la confluencia y unificación de espacios y tiempos que ofrece el Internet, además de los nuevos formatos, lo que autores

como Salaverría denominan “convergencia tecnológica” (2005, pág. 21). El Periodismo Digital se construye a partir de estas condiciones o, en su defecto, adapta los esquemas tradicionales a este nuevo entorno.

En apoyo a las formulaciones anteriores y acercándose a la labor periodística, Elvira García Torres y María José Pou Amérigo citan una reflexión de Concha Edo (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pág. 51), quien señala que la unificación tecnológica, es decir la concentración de herramientas y formatos en un solo espacio, tiene como consecuencia un cambio en las rutinas de producción, en razón de la inmediatez e interactividad. Así mismo, resaltan que cambia el perfil profesional del periodista que, en Internet, debe dominar distintos formatos, lo que denomina “convergencia multimedia”.

Así como las lecturas anteriores, existe un sinnúmero de apreciaciones alrededor de las características Periodismo en Internet, tanto sobre su arquitectura como en su contenido. No obstante, para fines de este trabajo, nos concentraremos en tres cualidades fundamentales e interrelacionadas, que Ramón Salaverría destaca que “todo periodista debe tener cuando se aventura a publicar en el ciberespacio” (Salaverría, 2005, pág. 26): Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad. Adicional a estos tres pilares, es importante mencionar a la inmediatez como una característica transversal en el ejercicio periodístico en internet.

Hipertextualidad

El hipertexto, tecnología a la que se le atribuye la cualidad de la hipertextualidad, es una de las formas básicas para el ordenamiento lógico, edición y lectura de información en Internet. La experiencia de leer un texto electrónico que permita saltar entre nodos o hipervínculos, es el motor que permite a los usuarios “navegar en la web”. El término “Hipertexto” fue acuñado por el profesor estadounidense Theodor H. Nelson en la década de 1960. George Landow recoge sus palabras y lo cita la definición de la siguiente manera:

Con hipertexto me refiero a una escritura no secuencial, a un texto que se bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por enlaces que forman diferentes itinerarios para el usuario (Landow, 2009, pp. 25)

Por su parte, Ramón Salaverría define a la hipertextualidad como “*la capacidad de interconectar textos digitales entre sí*”. (Salaverría, 2005, pp. 32). Varios teóricos han otorgado algunas lecturas al “hipertexto”. Ronald Barthes lo cataloga como el “*texto ideal*”, debido a que supera algunas barreras impuestas por el texto impreso.

Barthes, citado en el texto de George Landow, dice:

En este texto ideal abundan las redes que interactúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás; este texto es una galaxia de significantes y no de significados; no tiene principio, es irreversible (...) Los códigos que moviliza se extienden hasta donde alcance la vista, son indeterminables (2009, pp. 24)

Ramón Salaverría ofrece otra noción sobre el hipertexto, con el afán de resaltar su cualidad digital, el autor se fundamenta en su raíz etimológica latina “*hyper*” para señalar que significa: va más allá del texto, y argumenta: “Es, en definitiva, un texto que a la anchura y a la altura propias de una página impresa suma una tercera dimensión: la profundidad.” (2005, pág. 29)

Para el Periodismo Digital, el hipertexto constituye una oportunidad enorme de enriquecer semánticamente el contenido de un texto periodístico, por la posibilidad de conectar y asociar mensajes que rompen con el esquema de la lectura lineal y secuencial de los medios tradicionales. Xosé López (Díaz Noci & Salaverría, 2003) considera al hipertexto como una “nueva retórica de la era digital en medio de la revolución tecnológica en marcha” (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 386), como una convención entre audiencia y texto que ayudaría a expandir las posibilidades persuasivas en la creación de mensajes periodísticos.

López resalta la importancia del uso de la retórica clásica y moderna, en función de un aprovechamiento eficaz del hipertexto. El autor encuentra en la invención, disposición y elocución recursos retóricos claves del periodista al momento de transmitir un contenido. En el caso del ciberperiodismo, estos recursos son potenciados por un manejo estratégico del hipertexto.

La hipertextualidad ofrece una gama de posibilidades creativas e informativas al periodista. Por ejemplo, la capacidad de asociar contenidos relacionados, el aprovechamiento de la imagen y la posibilidad de aportar documentación adicional para enriquecer el texto. No obstante, el lector o usuario es quien cumple el papel activo en la dinámica del hipertexto, dado gana mayor autonomía sobre el contenido periodístico. El usuario dispone del material que se le presenta, y decide qué caminos elegir y cómo hacerlo; no lo hace el periodista como en los medios tradicionales. López resalta: “Por primera vez en la historia, la amplitud y profundidad del mensaje no viene determinado por el medio, sino por el usuario que decide hasta qué punto quiere avanzar” (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 390).

Multimedialidad

Una de las áreas de convergencia tecnológica más evidentes se presenta en la integración de textos, imágenes, sonidos, videos y todo tipo de formato codificable en una sola plataforma. La cualidad de reunir todo estos elementos se denomina multimedialidad y es una de las principales características de la comunicación en el Internet.

Son varios los criterios y análisis desarrollados en torno a la multimedialidad. Ramón Salaverría ha formulado, como hipótesis, esta definición: *“la multimedialidad es la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto imagen y sonido”* (2005, pp. 32). No obstante, amplía el concepto más adelante cuando señala que se puede experimentar multimedialidad cuando un mensaje integra dos de los cinco sentidos con el que percibimos la realidad.

Bajo los criterios expuestos, nace una interrogante clave para diferenciar al ciberperiodismo del periodismo tradicional: ¿Es posible entender la multimedialidad fuera de Internet? La respuesta genera distintos análisis.

Concha Edo (2002), expone un análisis semiótico más detenido y deduce que el fenómeno de la unificación de lenguajes en el periodismo se evidencia con el desarrollo de los medios tradicionales.

La prensa escrita logra integrar series visuales lingüísticas (textos) con series visuales no lingüísticas (imágenes), destaca también el uso de otros elementos como infografías, dibujos, etc. Posteriormente el periodismo audiovisual superó las barreras lingüísticas y los códigos se volvieron más complejos.

La radio, en un inicio, consistió en la lectura de la prensa escrita, pero poco a poco se fue adaptando a otras condiciones del canal con el fin de llegar mejor al receptor, como: modulación de voz, oraciones breves y concretas, etc.

La televisión implica la adición de un elemento adicional como la imagen en movimiento que se configura como un nuevo código icónico, sin perjuicio de los códigos sonoros y lingüísticos ya desarrollados en otros medios y readaptados.

La evolución del periodismo al Internet fue muy parecida a la evolución del periodismo escrito al audiovisual. En un inicio se limitaba a digitalizar textos e imágenes y reproducirlos. No obstante, el software otorgaba otras condiciones que fueron diferenciando de los soportes impresos y audiovisuales, como la generación del hipermedia

(hipertexto integrado con imágenes, sonidos, videos, etc.), y la capacidad de integrar todo tipo de información digitalizable en un solo soporte.

Otras lecturas sostienen que la multimedialidad es un valor intrínseco o exclusivo del internet. El teórico Robert Tannenbaum da una lectura más conservadora al señalar que la multimedialidad es posible únicamente con computadoras, debido a que la digitalización es un requisito para la unificación y el ordenamiento de los mensajes, tanto en su producción como en su consumo. El teórico lo expresa así: “Las presentaciones multimedia, durante su desarrollo y uso, requieren frecuentemente la integración de varias tecnologías para la captura, digitalización, almacenamiento, combinación, sincronización, reproducción, transmisión y la exhibición de la información de texto, imágenes y sonidos” (Salaverría, 2005, pp. 33)

En la misma línea, Xosé Lopez entiende a la multimedialidad como una posibilidad dotada por el hipertexto. El autor resalta que los medios digitales integran distintos niveles de información: texto, imagen y sonido. Elementos que los medios tradicionales ofrecen por separado. López lo expresa así: “La unión de en un mismo producto de materiales escritos, sonoros e icónicos, es decir la multimedialidad, aparece como paradigma en la nueva retórica del hipertexto periodístico.” (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 401)

Interactividad

Otro de los elementos neurálgicos que definen a los cibermedios es la interacción que manifiestan a los usuarios. Al igual que la hipertextualidad y la multimedialidad, esta característica brinda al receptor una participación activa en el proceso de consumo de contenidos en medios de comunicación digitales.

Alejandro Rost en su tesis doctoral “*La interactividad en el periódico digital*” (2006, pp. 172) señala que el origen del término interactividad se remonta a los años 70’s, cuando aparecieron los primeros servicios interactivos en los medios de comunicación: el audiotexto, el teletexto y sobre todo el videotex, en ese entonces tecnologías revolucionarias que permitirían una mayor participación del receptor, en relación a los medios tradicionales.

El videotex fue la tecnología experimental que se acercó más a la interactividad, ya que permitía una comunicación bidireccional entre el proveedor de noticias y el usuario que podía enviar mensajes simples. Pese a que los sistemas de televisión interactiva no tuvieron mucho éxito, dejaron un buen precedente para futuras tecnologías de la información impulsadas por el internet.

En los años ochenta la interactividad empezó a ser estudiada a mayor profundidad, en ese entonces se dieron las primeras definiciones, sobre todo por la importancia de mejorar la comunicación masiva por medio de este concepto. Pero en los años noventa se materializó esta característica gracias a la difusión del internet. Rost destaca que el uso del concepto de la “interactividad” fue paralelo al desarrollo de los nuevos medios.

La principal característica que diferenciaba a los nuevos medios de los tradicionales era su (mayor) potencial interactivo, tanto en lo que hace a las opciones de selección como a las posibilidades de expresión y comunicación que revelaban un flujo bidireccional en los mensajes (2006, pp. 172)

La interactividad supone una comunicación entre un usuario y una máquina o entre dos o más usuarios para efectuar un intercambio de información y esta cualidad ha despertado algunas lecturas. Teóricos como Lourdes Martínez y Jaime Alonso consideran a esta facultad tecnológica como un “diálogo” (Diaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 282) donde el usuario puede preguntar al entorno mediático y esperar que este le responda. Este diálogo se ha materializado por medio de algunas herramientas de comunicación en internet como el correo electrónico, redes sociales, grupos de discusión, foros, chats, etc.

En el ámbito periodístico, la interactividad tiene un papel protagónico en la definición de los cibermedios. Es una característica diferenciadora frente a los medios tradicionales porque presenta una nuevos criterios para la producción de ‘contenidos interactivos’ y reformula, a su vez, el ejercicio periodístico en estos nuevos medios. Martínez y Alonso lo señalan así: “En términos generales puede decirse que el objeto o finalidad de este nuevo medio es el mismo de los periódicos de papel: la producción informativa. Lo que ha cambiado es la forma en que se lleva a cabo la producción” (Diaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 282)

Precisamente la producción de contenidos interactivos permite a los medios digitales mostrar algunos rasgos específicos que los harían particulares. Martínez y Alonso identifican tres aportes claves que lo diferenciarían de los medios tradicionales (Diaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 287-290):

El primer aspecto diferenciador es la producción informativa. En este ámbito, se reformula el proceso de elaboración de noticias, desde la recopilación de información hasta la redacción cambian. Por ejemplo, el internet se convierte en una ‘fuente activa’, mientras que en la redacción y publicación se toman en cuenta criterios como la hipertextualidad, multimedialidad e inmediatez.

El segundo rasgo específico es el rol del usuario o lector que también se reformula, ya que cambian su comportamiento al pasar de ser una audiencia para ser usuarios. Esto

significa que participan más activamente en la creación del proceso informativo y se apropian de espacios de comunicación, antes inexistentes como foros en internet o redes sociales.

Finalmente, como consecuencia de los dos rasgos anteriores se abre la posibilidad de generar nuevos contenidos, que sería el tercer rasgo. Con los medios digitales aparece una nueva tipología de contenidos en función de las herramientas tecnológicas que ofrece el ciberespacio. Martínez y Alonso destacan tres tipos de contenidos:

Contenidos de información: Este tipo de contenidos son heredados de la prensa tradicional. No obstante, como se detalló anteriormente, presentan nuevos patrones de producción informativa. José Armentia, citado por Martínez y Alonso, hacen hincapié en la capacidad de almacenamiento de internet que permite una lectura asincrónica de la información. Esta característica permite dar profundidad a los contenidos que pueden enlazarse con informaciones pasadas.

Contenidos de usuario: Los contenidos de usuario son el resultado de la inclusión interactiva anteriormente detallada. Este tipo de contenidos son generados en distintos espacios como comentarios, redes sociales. Lo que antes estaba limitado a las llamadas telefónicas al medio y las cartas al director.

Servicios: Los contenidos de servicios son una nueva categoría producto de la convergencia tecnológica que experimentan los nuevos medios. Por ejemplo, la posibilidad de presentar informaciones de interés de un ente gubernamental, así como publicidades interactivas en forma de *-banners-*, aplicaciones de juegos, radios, videos, etc.

La interactividad también presenta distinciones en sus niveles de complejidad. Los medios digitales presentan al usuario una experiencia interactiva que puede ir desde el hecho de saltar entre enlaces o ‘navegar en la web’, como el hecho de abrir un debate sobre algún contenido por medio de una encuesta o un espacio de comentarios. Ramón Salaverría amplía esta apreciación:

En su grado más básico, esta interacción puede limitarse a la capacidad de manipular contenidos informáticos. (...) A partir de ese nivel básico, la interactividad en los cibermedios puede alcanzar grados de mayor riqueza y complejidad. Así ocurre, por ejemplo, cuando el lector entabla un diálogo a través del ordenador con el periodista que ha elaborado la información, con algún entrevistado o, incluso, con otros usuarios del cibermedio. (Salaverría, 2005, pp. 34)

A pesar de que varios teóricos coinciden en que internet es el espacio que ofrece mayor interacción en comparación con otros medios no digitales, la interactividad no es un valor único del internet. Es por ello que autores como Bordewijk y Van Kaam, citados en

Redacción periodística en Internet (Salaverría, 2005, pág. 34) proponen una diferenciación de la interactividad según el objeto o sujeto a disposición del usuario.

Los autores proponen cuatro niveles de interactividad según su complejidad: de transmisión, de consulta, conversacional y de registro.

La interactividad de transmisión muestra un modelo unidireccional en donde el usuario puede elegir el activar o cancelar una emisión. Como es el caso de prender, apagar o cambiar de canal en una radio o televisión. La interactividad de consulta añade la posibilidad de elegir entre algunas opciones contempladas en un menú de posibilidades. Este tipo de interactividad es evidenciable en los reproductores de DVD que permiten elegir el idioma o subtítulos de una película. La interactividad conversacional incorpora la característica de ser bidireccional o multidireccional en donde el receptor tiene plena posibilidad de generar contenido y volverse emisor. Esta interactividad es propia del correo electrónico, foros o chats. Por último, la interactividad de registro permite a los medios recabar información de los usuarios y personalizar el contenido. Este tipo de interactividad es evidente en redes sociales.

Instantaneidad

El cuarto elemento determinante que distingue al periodismo digital del periodismo de tecnologías anteriores es la instantaneidad o inmediatez. El factor tiempo tiene una importancia trascendental en la producción de contenido en los medios digitales, sobre todo de producción informativa. Uno de los efectos de la incorporación del internet al periodismo fue la redefinición de las rutinas de trabajo en las redacciones, esto ante la posibilidad de generar la información al momento seguido que ocurre un hecho noticioso y su actualización permanente. Esto a diferencia de los “diarios” que, como su nombre lo indica, resumen en una publicación de todo un día. Así mismo sucede con los informativos de televisión o radios que establecen horarios de transmisión de noticias, a excepción de hechos extraordinarios que interrumpen la programación.

Algunos autores resaltan el fenómeno de la Instantaneidad como un factor importante en la producción informativa en internet. Jaime Alonso y Lourdes Martínez analizan las rutinas de trabajo en los medios digitales y destacan la vertiginosidad del proceso de producción y consumo de información: “Lo inmediato, en términos de producción informativa, supone una reducción de la secuencia temporal que transcurre entre el momento en que sucede el hecho, el tratamiento por parte de los profesionales de la comunicación y su consumo” (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 288)

Concha Edo coincide con este postulado y argumenta que el concepto de periodicidad se ve alterado por el de la instantaneidad. La catedrática añade que “una de las características de la sociedad cibernética que se va implantando: tener acceso a los hechos que estás sucediendo o acaban de suceder” (2009, pp.62).

1.2.1 Géneros del periodismo digital y su clasificación

La actividad periodística, indistintamente del soporte en el que se desarrolle, está enmarcada en una serie de normas y convenciones de estilo que lo diferencian de otros géneros literarios. Estas normas de estilo han permitido moldear el lenguaje periodístico y clasificarlo en distintos géneros que se han ido desarrollando de acuerdo a las necesidades y tradiciones periodísticas de distintas sociedades. Los géneros facilitan un formato de redacción, para el periodista; y una disposición hacia el contenido, para el receptor del contenido.

El espectro del Internet no es la excepción. En este espacio, el periodismo muestra rasgos propios de estilo gracias a las características que le otorga este soporte. La redacción periodística en la web, en un inicio, resultó ser experimental y, en buena medida, una reproducción en pantalla de computador del periodismo de otras tecnologías de mayor madurez, no obstante algunos teóricos ya identifican ciertas singularidades que denotan una evolución o nueva categorización a partir de los géneros periodísticos en medios tradicionales.

Como preámbulo para explicar los géneros periodísticos en internet, es importante entender la importancia del estilo periodístico como rector de los géneros y su desarrollo a través de la historia. Concha Edo en su libro *Periodismo Informativo e Interpretativo* (2009, pp. 49) resalta que desde el siglo XIX hasta mediados del siglo XX, predominó la tradición anglosajona que proponía una diferenciación purista dos actitudes periodísticas: informativas “*story*” y editorializantes “*comments*”. Esta propuesta tenía como axioma la frase de C. P. Scott, un reconocido editor inglés del siglo XVIII que mencionaba: “*Facts are sacred, comments are free*” que significa: los hechos son sagrados, las opiniones libres.

El modelo anglosajón tuvo una fuerte influencia en el periodismo occidental, no obstante, aparecieron otras modalidades como el periodismo ideológico que se cimentó en los conflictos sociales y políticos que vivían otros países y no respondían a la realidad de Reino Unido. Josep Casasús, citado por Edo (2009, pp. 50), resalta que el modelo anglosajón y la prensa informativa en específico, se desarrollaron muy bien en zonas donde

había una situación política estable, como era en Reino Unido, pero que en otros países de Europa que vivían conflictos sociales y políticos se prolongó el predominio del periodismo ideológico, de diarios de opinión o de modelos híbridos entre informativos y de opinión.

En la segunda mitad del siglo XX, luego de la II Guerra Mundial, aparecieron nuevas modalidades que rompen con el purismo del modelo anglosajón. El periodismo interpretativo y explicativo busca acercar el receptor hacia la noticia por medio del análisis de los hechos. Se desarrollan los reportajes, trabajos de investigación, etc.

A finales del siglo XX el estilo periodístico empezaría un proceso de transformación por dos motivos coyunturales. Por un lado, se advierte la presencia de un “periodismo de intereses” (Edo, 2009, pp. 43) que respondían a grupos de poder económico, ideológico o político; producto de las continuas mezclas de información, opinión de interpretación.

Luego, con la revolución de la información en Internet, aparecen nuevos recursos expresivos sobre la labor periodística gracias a la una nueva tecnología y aparecen nuevas condiciones para difundir contenido.

Todas estas transformaciones, reordenaron aspectos como las rutinas, los costos, recursos multimedia, audiencias, etc. El periodismo en Internet hereda y traspone los géneros y estilos del periodismo que se desarrollan en prensa radio y televisión. No obstante, la disposición de nuevos recursos evidenció la necesidad de establecer nuevas reglas de estilo que facilitarían la producción y consumo de los contenidos en estas plataformas.

Ramón Salaverría (2005, pp. 142) reconoce algunas posibilidades propias de los géneros en internet: como la capacidad de relacionar contenido entre sí, un nuevo lenguaje multimedia y el apareamiento de nuevos géneros dialógicos como el foro o el chat. Por otro lado, los géneros informativos como la noticia y los argumentativos como el reportaje han mostrado una evolución en su estructura y redacción. Los géneros de opinión han sido más conservadores los cánones del periodismo tradicional.

El autor también reconoce como particularidad una tendencia a la “hibridación de géneros” que modificaría la arquitectura de la información del medio. La combinación de algunos géneros que responden a distintos elementos como noticias, reportajes, fotografías, entrevistas, que se pueden conectar hipertextualmente y componer una sola pieza informativa.

Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría ofrece una amplia clasificación sobre los géneros en internet. No obstante en la propuesta destacan cuatro tipos de géneros: informativos, interpretativos, dialógicos y argumentativos. Cada uno de ellos tiene modalidades emblemáticas compatibles con el entorno digital

Géneros informativos en Internet: La Noticia

La noticia es el elemento básico e indispensable del periodismo desde sus inicios hasta la actualidad. Tiene categoría de género periodístico por mostrar condiciones bien básicas definidas como: ser nueva, ser de interés colectivo, ser verdadera y tener importancia. Otros autores como José Luís Martínez Albertos (Citado por Concha Edo) dan una definición más amplia:

Noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión. (Edo, 2009)

A pesar de que no cambian las condiciones definitorias, la noticia ha adquirido un impulso particular en los medios digitales debido a la posibilidad de actualización permanente que ofrecen medios en internet, es decir la inmediatez. Esta característica ha otorgado un mayor protagonismo a la noticia en los medios digitales que, incluso ha relegado a los medios tradicionales los géneros periodísticos interpretativos y de opinión, al no alcanzar a ser los primeros en dar la noticia.

Ramón Salaverría (2005, pp. 146) destaca que la inmediatez hace de la noticia un “género clave” en los cibermedios. No obstante existen algunas condiciones propias de los medios digitales, que afectan directamente a este género periodístico: como la posibilidad de enlazar las informaciones anteriores, la aportación de los lectores al hecho noticioso y la combinación de lenguajes textuales y audiovisuales que complementen la información.

Por otro lado, el autor recomienda algunos rasgos formales que delimitarían al género de la noticia en Internet:

- **Datación exhaustiva:** Se debe detallar el tiempo de la publicación dado que el contexto digital no está regido por pautas temporales.
- **Fragmentación hipertextual:** Se debe dividir un nodo principal (titular, foto, entradilla) en la sección principal del medio y un nodo secundario que es la nota completa. Los dos nodos deben estar relacionados con un hipertexto.
- **Párrafo de engancho:** Es recomendable incluir un párrafo de engancho con una finalidad de ilustrar el contenido de la noticia.

- Enlaces Documentales: En los medios digitales pueden obviarse algunas aclaraciones y explicaciones con enlaces hipertextuales que permitan complementar la información dispuesta.

Géneros interpretativos en Internet: El Reportaje y la Crónica

Los géneros interpretativos rompieron con el esquema anglosajón que contrastaba de forma implacable a los géneros informativos y argumentativos. Esta hibridación abrió una serie de posibilidades a periodismo como son el reportaje y la crónica, dos modalidades que permiten una nueva dimensión de la noticia en la que participa un criterio analítico del periodista.

Uno de los valores agregados que ofrece la interpretación al periodismo es la capacidad de contextualizar los hechos y ofrecer al lector un producto más elaborado y analítico. Es decir, un periodismo que vaya más allá de las noticias. Esta condición ha suscitado un extenso debate deontológico sobre el riesgo de tergiversar, de forma forzada, una opinión en lugar de una interpretación, para favorecer a determinado actor de la información. Así lo sostiene Concha Edo: “Y es probable que esta controversia no se cierre nunca porque siempre puede quedar la duda de la influencia política o de cualquier tipo que se puede ejercer manejando de manera interesada los medios de comunicación” (2009, pág. 161)

En el contexto del entorno digital, la interpretación, como género periodístico ha logrado una buena adaptación al nuevo medio. Incluso, se ha desarrollado gracias a la disposición de recursos tecnológicos, que enriquecen un trabajo periodístico de análisis. Por su parte, Guillermo López García (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 449) afirma dos factores claves de esta adaptación:

- La información enlazada gracias a las características del hipertexto permiten disponer una serie de datos e informaciones complementarias sin límites de espacio o de soporte.
- En el caso de la crónica, la existencia de un referente como los blogs le otorgan un carácter más convencional a las publicaciones. El periodista ofrece una visión más personalizada tanto en su presencia y participación, como en calidad de intérprete de los hechos que relata al público.

El Reportaje en medios digitales

Catalogado como “el género emblemático de la interpretación” (Salaverría, 2005, pág. 161), el reportaje es uno de los géneros más importantes del periodismo en soportes tradicionales y digitales. Dentro del ejercicio periodístico, se diferencia de la noticia por algunas características fundamentales que apunta Guillermo López García (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 452):

- Mayor libertad en el uso del lenguaje: Se puede utilizar más recursos retóricos.
- Mayor libertad en su estructura: Al ser un relato, no es necesario ceñirse a estructuras predefinidas como es el caso de la referencial pirámide invertida en el caso de la noticia.
- Un nuevo concepto de actualidad: El reportaje trata hechos actuales pero no totalmente novedosos. Se puede tratar hechos conocidos pero no analizados lo suficiente.
- Mayor cantidad de fuentes: La profundidad del reportaje depende del número de fuentes consultadas. Esto es posible gracias se concede más tiempo para conseguir documentación y fuentes relacionadas con determinado tema.

Ramón Salaverría (2005, pp. 162) destaca que en los medios digitales, el reportaje muestra mucha afinidad con un entorno hipertextual, debido a que permite diversas formas de fragmentación y ordenamiento de la información. Por otro lado, el autor destaca que al gozar de mayor visibilidad y permanencia en los medios digitales, se muchas “posibilidades para la experimentación interactiva”, como la creación de foros de debate, por ejemplo.

El autor también encuentra que reportajes tienden a tomar dos formas cuando son elaborados para la web: *dossier* documental y reportaje multimedia.

El *dossier* documental o reportaje especial es una acumulación estructurada de artículos de hemeroteca o archivo que tratan el mismo tema. Este repositorio puede acoger todo tipo de productos periodísticos como noticias, entrevistas, crónicas, columnas, etc. Además debe contar con una introducción que contextualice todo el material disponible. Esta forma de reportaje tiene acogida en la web debido a que los soportes hipertextuales permiten interrelacionar y segmentar la información sin límites temporales y espaciales.

El reportaje multimedia, o también conocido como especiales tiene la cualidad de aprovechar los recursos audiovisuales que tiene la web. Además de aprovechar recursos hipertextuales, se pueden presentar infografías interactivas, sonidos y videos. Este tipo de reportajes es propio de los medios de comunicación grandes, debido a la dificultad técnica

de su elaboración, no obstante, han ganado terreno debido a la generalización del uso de las nuevas tecnologías.

La Crónica en medios digitales

Otra de las modalidades del periodismo interpretativo es la crónica, una técnica que tiene como principal valor agregado el factor tiempo-espacio y la óptica valorativa del cronista. El valor interpretativo de la crónica radica en la facultad del cronista de destacar determinados hechos o sucesos que va contando. Martín Vivaldi la define de la siguiente forma: “la crónica periodística es, en esencia, una interpretación y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado” (Edo, 2009, pp. 174)

Previo al ámbito periodístico, la crónica tiene en su esencia el ser un género literario que tiene como cualidad la narración de los hechos en orden cronológico. Por ello se explica la derivación latina de ‘*cronos*’, palabra latina que significa tiempo. La crónica presenta una amplia tipología en variedad temática política, deportiva, social, cultural, etc. Cada una con sus propias particularidades en estilo y dinamismo del contenido.

En el espectro de los medios digitales, Guillermo López García (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 478) resalta que la crónica no tiene el peso del reportaje y es subestimada por los grandes medios periodísticos en internet, no obstante, tiene un bastión creciente en los experimentos de comunicación alternativa.

Así mismo, el autor apunta que en internet es fácil encontrar textos que se adapten a los parámetros de las crónicas. Por lo que la credibilidad es un valor clave en la presentación de crónicas en internet. Los medios tradicionales trasladan su credibilidad a la web por medio de su marca, mientras que los medios con menor presencia en la web dependen de la acción interactiva del cronista por adquirir la credibilidad entre su audiencia, por lo que se convierte en su propio medio. Esto sucede en el caso de los blogs personales o medios alternativos de los periodistas.

La Crónica en blogs y el microblogs

Los blogs, *weblogs* o bitácoras son espacios de publicaciones o *post* en el Internet, al alcance de cualquier usuario que pueda generar algún contenido. No obstante, algunos autores José Luís Orihuela cuestionan la validez del blog como género, por sí mismo.

El teórico Orihuela es enfático cuando señala que los blogs no son géneros periodísticos sino medios sociales. “El medio no define el género, sino el lenguaje y los formatos de información (texto, imagen, audio, vídeo) que pueden utilizarse” (Orihuela,

2009). De esta forma, se extiende un debate sobre las nuevas formas de expresión del periodismo, propias del Internet.

Los blogs se caracterizan por ofrecer apertura a cualquier tipo de contenido, no necesariamente periodístico, no obstante es frecuente encontrar textos interpretativo sobre uno o muchos temas, similar al estilo requerido para crónicas donde prima el criterio del autor; pero también puede ser abierto a otros géneros informativos o argumentativos.

Estos espacios nacieron en Internet y se configuran como una nueva oferta comunicativa. Ramón Salaverría resalta que son “publicaciones individuales y grupales en la web en las que, de manera cronológica pero sin periodicidad establecida el autor o autores publican artículos y notas” (2005, pp. 155).

Los blogs han suscitado un debate sobre la pertinencia del periodismo en estos espacios al no exigirse las formalidades de la práctica periodística. José Luis Orihuela plantea que los blogs, per se no son periodismo y aclara lo siguiente:

La relación que hay entre blogs y periodismo es análoga a la que puede plantearse entre una máquina de escribir y la literatura(...). En este sentido, los blogs son una herramienta (un gestor de contenidos) que puede utilizarse para múltiples propósitos. La identidad periodística no deriva del acceso a herramientas de gestión y publicación de contenidos. (Orihuela, 2009)

Otros teóricos como Rebecca Blood (Salaverría, 2005, pp. 156) han encontrado algunos valores complementarios que no se apegan al modelo que practican los medios de comunicación tradicionales. Por ejemplo la función de *gatekeepers* o curadores de contenidos para determinado interés para el autor del blog, o espacios destinados para comentar o debatir la información dispuesta en los medios formales.

Dentro de los géneros interpretativos en la web, los blogs se destacan por apegarse al estilo personalizado e interactivo del autor, quien mantiene preponderancia en los criterios sobre los temas desarrollados, así como en la extensión, frecuencia y recursos estilísticos de las publicaciones. Al ser un género nativo digital, los blogs se ciñen a las características de los medios digitales: interactividad, multimedialidad e hipertextualidad.

De hecho, la interactividad es clave en la existencia de los blogs, dado que, al tener un carácter más personalizado, se recortan las distancias entre el autor y el lector, y se pueden plantear espacios de retroalimentación más amplios, como una pregunta abierta o un espacio de comentarios.

Por su parte, los microblogs muestran similitudes con los blogs en cuanto a su apertura a posibilidades temáticas, el protagonismo del autor y su apego a las características de los cybermedios (interactividad, multimedialidad hiperactividad e

inmediatez), pero cambian en su estructura. Estos espacios tienden a ser mucho más dinámicos en inmediatez e interacción, debido a que se apegan a un concepto de mensajes de texto de teléfonos móviles o SMS: de rápida interacción mensajes y de corta extensión.

En el ámbito periodístico, los microblogs permiten la publicación cronológica e instantánea del ‘minuto a minuto’, una tecnología amigable con las características de la crónica en cibermedios. Además, pueden cumplir la función de textos de enganche hacia publicaciones más grandes, tal como sucede con los titulares de noticias.

Géneros dialógicos en internet: La entrevista, debate, foros, chats, encuestas

La interactividad del usuario de un medio en internet resulta trascendental en los medios digitales. Esta es la característica más importante de las entrevistas, foros, chats, encuestas, en donde la participación del usuario forma parte de la gestación del contenido periodístico.

Una definición oportuna sobre los géneros dialógicos en internet la otorga Ramón Salaverría en su libro “*Cibermedios*”: “Se basan en la comunicación entre dos o más personas a través de textos escritos u orales y pueden realizarse de forma sincrónica o asincrónica” (2005, pp.169)

Esta definición puede ser aplicable para medios tradicionales, como para los medios digitales, la diferencia radica en el nivel de participación que tienen las audiencias y el rol del moderador del diálogo. El periodista, quien en los medios tradicionales cumple un rol autónomo en el manejo de los contenidos, con los medios digitales se convierte en un catalizador de las inquietudes que las audiencias le hacen llegar por distintos medios. Al respecto, Salaverría señala lo siguiente: “El público recupera un protagonismo perdido en los medios tradicionales frente al autor omnipresente, el periodista que ahora debe afrontar un papel de moderador más que de ‘gatekeeper’” (Salaverría, 2005, pp 170)

La Entrevista en medios digitales

Considerado como el género dialógico por excelencia, la entrevista tiene un espacio importante en los medios de comunicación. Consiste en un interrogatorio que, dentro de ciertas formalidades, el entrevistador presenta a un entrevistado, quien es fuente para obtener respuestas sobre uno o varios temas de interés para la audiencia.

La entrevista se ha desarrollado con distintos formatos, de acuerdo a la tecnología de cada medio. En prensa, es común encontrar la transcripción de un diálogo de preguntas y respuestas junto con una foto del entrevistado y una pequeña introducción de la entrevista. En medios audiovisuales, este género es más dinámico porque el diálogo puede

presentarse ya con voz o video. La entrevista en televisión permite identificar otras formas de comunicación como la expresión corporal o gestual, mientras que en la radio la acentuación del entrevistado en sus respuestas se muestra como un valor importante.

Los medios digitales tiene la capacidad de trasponer la mayor parte de características de las tecnologías anteriores, pero en una sola plataforma interactiva y multimedia. Esto, además de ser una plataforma de difusión, permite potenciar la participación de las audiencias por medio de nuevos canales de comunicación. Por ejemplo, las redes sociales son un motor interesante para hacer llegar preguntas de audiencia hasta los entrevistadores o entrevistados.

Otros géneros dialógicos: foros, chats, debates, encuestas

El Internet también puede acoger otras modalidades de géneros dialógicos que, al igual que la entrevista, comparece uno o más moderadores, uno o más entrevistados y la audiencia. Algunas de estos formatos son los foros, chats, debates y encuestas.

Los chats o charlas están entre las tecnologías de comunicación más representativa del Internet que también puede tener un uso periodístico. Tiene un parecido con la entrevista, no obstante, la participación de las audiencias es más directa. Generalmente, las plataformas multimedia de transmisión en vivo o *streaming* permiten la participación interactiva de las audiencias, mediante espacios como chats, o bien por medio de redes sociales. Las inquietudes o comentarios, deberían pasar por el filtro de un moderador para hacerlas llegar al entrevistado.

Los debates y foros son otras modalidades dialógicas con el particular que implican la discusión de ideas. Pueden desarrollarse en espacios en la Red con mayor o menor presencia de filtros o moderadores (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 519). El desarrollo de estos formatos en plataformas digitales permite la disposición de espacios de discusión para que las audiencias opinen e interactúen alrededor los temas expuestos.

Los debates son un género que busca la confrontación de dos posiciones opuestas ante una audiencia. Existen algunas modalidades de debate, pero en todas se busca una justa repartición del tiempo para exponer los argumentos de cada parte.

Los foros, por su parte, son articulados mediante la formulación de un tema hacia una comunidad, que a su vez, aporta con más elementos para la discusión. Los foros guardan muchas semejanzas con los chats y debates, con la diferencia del factor temporal.

Mientras que los foros pueden ser asincrónicos, los debates y el chat requieren una respuesta espontánea. Todos estos formatos pueden ser atravesados por la participación activa de las audiencias, de ahí la ventaja de entablarlas en medios digitales.

Finalmente, las encuestas son un formato que busca descubrir tendencias y estados de opinión mediante la consulta a varias personas sobre un tema en particular, así lo expresa Manuel López y Pau Bolaños. (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 521). A pesar de que el nivel de diálogo es mínimo, así como es mínima su validez como dato estadístico fiable, la posibilidad de desarrollar votaciones en un espacio digital sobre un determinado tema es un mecanismo de participación y una forma de conocer la opinión de la comunidad suscrita al medio y propender su participación en otros espacios dialógicos.

Géneros argumentativos en internet

Las columnas, los editoriales y las caricaturas son formatos periodísticos de opinión o argumentación, por excelencia. Este género muy arraigado a los medios impresos, se caracteriza por disociarse de la actividad meramente informativa y proponer una posición argumentada sobre algún tema de interés. En su libro texto *Curso general de redacción periodística* de José Luís Martínez Albertos, citado por Joan Francesc Cánovas, se define a este género como: “piezas informativas que discurren sobre ideas y deducen consecuencias ideológicas, culturales, filosóficas, etc., acerca de unos acontecimientos más o menos actuales.” (Díaz & Salaverría, 2003, pp. 525).

La opinión periodística debe estar acompañada con algunos componentes lingüísticos básicos que la definen, como la persuasión, la retórica, la racionalización y la emoción. Así lo destaca Cánovas, quien define a la argumentación con la siguiente síntesis: “Argumentar significa razonar algo para probar o demostrar una opinión o idea o bien para convencer a alguien de que aquello que se afirma o se niega tiene justificación por un conjunto de razones” (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 526).

En plataformas analógicas, sobre todo en diarios, el género argumentativo guarda un importante espacio. Las columnas y editoriales reflejan la postura editorial de un medio ante algún hecho analizado. En esta dinámica, el receptor tenía pocas herramientas para expresar su opinión porque los espacios son limitados: se reducen a una carta al director en un diario, una llamada telefónica en la televisión o radio.

En Internet, por su naturaleza interactiva, estos espacios de retroalimentación son más amplios y esto implica nuevas consideraciones sobre la relación con el lector por parte de los generadores de opinión. Desde la posición de articulista se podría motivar

reacciones emocionales o racionales. Joan Francesc Cánovas señala que el articulista debe considerar que “su planteamiento será puesto a examen y expuesto a mirada pública de forma inmediata” Además, Cánovas ilustra la situación con el siguiente ejemplo:

Si, por ejemplo, un articulista escribe una carta en internet en la que expone su opinión sobre una obra de teatro o una película, debe tener en cuenta en si el lector va a exponer o no su opinión, que va a ser publicada a continuación del artículo. Una contestación muy generalizada sobre la opinión puede poner en entredicho al propio autor y hasta el medio en cuestión. (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 535)

Es por ello que la construcción de argumentativa en internet se complementa como una conversación. El autor recomienda que la construcción argumentativa en internet deba terminar no con la exposición del articulista, sino cuando el lector adopta una posición sobre el contenido argumentativo y se lo publica en el mismo espacio.

A diferencia de los espacios informativos e interpretativos, los argumentativos no han experimentado mayores evoluciones en la migración a la web. Tanto en formas textuales como las columnas y editoriales, como en gráficas como las caricaturas. En la mayor parte de casos, se reproduce el contenido en la web de la misma forma como se los presenta en soportes analógicos.

Columnas, Editoriales, caricaturas y blogs en internet

Al igual que en otros espacios periodísticos, son múltiples las posibilidades hipertextuales, multimedia o interactivas de un espacio en internet. No obstante, los medios impresos que han migrado a plataformas digitales aún son muy conservadores en la presentación de sus editoriales y columnas.

Ramón Salaverría (2005, pp. 164) explica que la poca apertura de estos espacios a características digitales se debe a que están estrechamente vinculados con el discurso lingüístico, a excepción de las caricaturas, por lo que los argumentos tradicionalmente son justificados con palabras y razonamientos. No obstante si se puede evidenciar un avance en la interactividad relativa de los textos, dado que es más común encontrar direcciones de correo electrónico o redes sociales para responder a las opiniones formuladas.

En el caso de las caricaturas sucede una situación de rigidez similar a la de los artículos de opinión, dado que no hallan un espacio claro en los medios digitales. Estas ilustraciones son un acompañante de las páginas editoriales que, cuando son introducidas al medio digital, pierden fuerza expresiva debido a la fragmentación hipertextual, natural del internet.

Donde sí se ha evidenciado un desarrollo del género argumentativo en internet es en redes sociales y *blog*, foros y redes sociales. Uno de los referentes sobre el desarrollo

de los géneros argumentativos son los blogs, espacios que algunos medios digitales presentan como otra sección externa, a responsabilidad del columnista. A diferencia de las secciones de opinión de la mayoría de medios digitales, estos espacios optimizan las herramientas digitales, como el diálogo con los lectores, y guardan un parecido con las columnas de opinión en su contenido.

Rebecca Blood, teórica citada por Salaverría, destaca la siguiente:

Yo encuentro a algunos blogs directamente análogos a las formas tradicionales de periodismo: de opinión y de análisis. Para muchos bloggers, los blogs son, sobre todo, una oportunidad de manifestar sus opiniones de política, eventos mundiales y sobre otras personas. Ellos escriben 300 palabras sobre seis temas cada día, en comparación con las 1.500 palabras sobre un tema una vez a la semana es irrelevante (2005, pp. 165).

1.3 Medios de Comunicación en el Ecuador

1.3.1 Antecedentes de los medios de comunicación digitales en el Ecuador

Sin lugar a dudas, el aparecimiento del internet cambió los esquemas de distribución de información en los medios de comunicación en todo el mundo. En el Ecuador este fenómeno no fue distinto y prueba de ello es que la gran mayoría de medios de comunicación de plataformas tradicionales -prensa, radio y televisión- han migrado a plataformas digitales para distribuir sus contenidos en la red y así poder integrarse a una nueva dinámica de producción y consumo de información.

En el Ecuador los medios de comunicación tradicionales aún mantienen un espacio prioritario entre la mayoría de la población. Esto debido a que el acceso a internet aún llega a menos de la mitad de los habitantes. No obstante hay una importante tendencia de crecimiento de uso de internet que indica que en los hogares ecuatorianos se ha incrementado 16,5% en tres años, pasando del 11,8 % al 28,3%, según la Encuesta de Tecnologías de la Información (TIC's) 2013 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2013). Esta encuesta afirma que el 40,4% de la población mayor a 5 años usó internet al menos una vez en el mismo año.

El crecimiento sostenido de la demanda de internet ha ido de la mano con la oferta de los medios de comunicación tradicionales en la red, e incluso el aparecimiento de medios de comunicación, a los que se les denomina nativos de internet, es decir, sin un pasado en prensa, radio o televisión.

1.3.2 Medios tradicionales en el Ecuador y su migración a la red

Entre los medios migrantes ecuatorianos más longevos en la web se encuentra el extinto Diario Hoy, el cual, incluso tuvo como slogan: “El primer diario en línea de América del Sur. En la red desde 1994”¹. En efecto, diario Hoy posee un archivo digital denominado Explored que contiene noticias digitalizadas desde el año de 1990 hasta la actualidad. Luis A. Fierro en una publicación en la web titulada “*Presencia del Ecuador en el Internet*” (1995) que data de mediados de los noventa, expone una reseña de las primeras experiencias de la difusión de información en internet en el Ecuador. El documento evidencia la existencia de dos listas de discusión en Ecuador pertenecientes al servidor Ecuonet: ec-noticias-l@lac.net y ec-charla@lac.net. La primera lista era un boletín de noticias preparado por Servidatos-Diario Hoy y la segunda era una lista de discusión para ecuatorianos en el exterior. Estas listas de información, sumado a la versión electrónica del suplemento “La epopeya del Cenepa”, configuraron un importante canal de información que, para la época, posicionó la versión ecuatoriana del conflicto armado contra el Perú que llegó a medios como Newsweek o Le Monde. A esta competencia informativa se la denominó “guerra electrónica” y el autor lo expresa así:

Ecuador hizo un uso bastante eficiente del Internet para presentar su posición a nivel internacional. El Ministerio de Relaciones Exteriores difundió un centenar de boletines de prensa, así como resúmenes de la prensa nacional, y documentos más extensos que presentaban la posición nacional frente al conflicto. La eficacia en el uso del Internet fue comentada por medios internacionales como “Newsweek” y “Le Monde”, e incluso fue uno de los argumentos esgrimidos por el Perú para señalar que el Ecuador se había “preparado” para el conflicto; el argumento obviamente era falso, pues el gopher de la Cancillería había funcionado desde 1993. El boletín del Diario Hoy también fue muy difundido. Adicionalmente, organizaciones no gubernamentales, organizaciones ambientales e indígenas, e individuos, difundieron por el Internet varios llamados al cese al fuego y la paz, entre ellos uno que logró reunir varios centenares de firmas de académicos, estudiantes y profesionales ecuatorianos, peruanos, y de otros países. (Fierro,1995)

Así también, existen registros en internet de la existencia de plataformas web que datan desde la segunda mitad de la década de los noventa para distintos medios informativos como diario El Comercio, El Universo, La Hora o los canales Ecuavisa, Teleamazonas. Esta información fue obtenida según los datos preservados en el internet de portales web, gracias a la plataforma web.archive.org y corroborada con un informe denominado “Mapa de Medios digitales”, publicado por Ciespal en 2012 (Rivera Costales, 2013).

¹ Diario Hoy dejó de funcionar desde el 26 de agosto de 2014 (El Comercio,2014), el slogan se puede recuperar en este enlace: <https://web.archive.org/web/20130819200044/http://www.hoy.com.ec/>

1.3.3 Medios digitales nativos en el Ecuador y su posicionamiento

Según el “Mapa de Medios digitales”, una investigación realizada por José Rivera Costales de Ciespal, evidencia que para el año 2012 existían 34 medios digitales nativos de orden noticioso en el Ecuador, entre los que se hallan 16 periódicos, 14 radios digitales y 4 revistas en la web. El estudio destaca que Pichincha y Guayas son las provincias que han producido el mayor número de medios digitales nativos, en concordancia con la penetración del internet en las urbes más grandes del país: Quito y Guayaquil.

No hay información exacta desde cuándo aparecieron los primeros medios nativos ecuatorianos en la red. No obstante, el portal Prensa Libre Ecuador, en su sección editorial da fe de ser “la primera agencia virtual de noticias del Ecuador”. Su nacimiento data del 30 de enero de 1998 a cargo de William Barba Jiménez, según menciona su propia descripción. Esta información se encuentra perdida actualmente en el internet. Sin embargo ha sido recuperada en la plataforma: web.archive.org.

A partir de mediados de la década del 2000-2010, se dio un importante crecimiento de los medios digitales en el Ecuador. Portales como: Ecuador Inmediato, Ciudadanía Informada, Buró de Análisis, Ecuador en vivo, Entérate Ecuador, Al día/Multimedios, Confirmado.net y Agencia Andes son alguna de la prensa nacida en la web más relevante que subsiste hasta la actualidad. Estos medios se han consolidado hace pocos años, en comparación con las migraciones a la red de los medios matriciales o tradicionales. Existen algunos análisis al respecto.

Un artículo de Fundamedios titulado “Medios digitales aumentan en Ecuador” (2012), expone algunas razones que explican este fenómeno: la cultura de producción industrial de la información originaria predominantemente de medios tradicional, la falta de formación de periodistas digitales y el poco reconocimiento de los medios digitales como fuente periodística son algunas de algunas de las razones que rescata la nota periodística. La diferenciación del perfil del público lector también es analizado por “marca en la red” desde dos visiones. Por Jaime Alonso y Lourdes Martínez (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 266), un lado, los medios tradicionales hacen uso del valor agregado de la marca al incorporarse al Internet. De esta manera se transfieren a la web su credibilidad, su acervo ideológico y recursos técnicos. Por otro lado, el perfil de los lectores de prensa tradicional no necesariamente es el mismo del usuario de Internet, por lo que se presentan nuevas oportunidades para medios nativos.

CAPITULO II

2.1 Periodismo Ciudadano

El periodismo ciudadano, periodismo participativo o *citizen journalism* en inglés es una propuesta de activismo basada en el Periodismo Digital que busca una alternativa sobre el modelo de periodismo unidireccional y sin mucha posibilidad de *feedback* que se lleva a cabo en medios tradicionales. La propuesta busca abrir nuevas posibilidades interactivas a las audiencias a partir de la participación de las comunidades en internet (blogs, foros, redes sociales) en la generación de información, análisis y opinión periodística.

Uno de los teóricos que más ha impulsado la propuesta del periodismo ciudadano es Dan Gillmor, un periodista estadounidense considerado el “padre del periodismo ciudadano” (Espiritusanto, 2011, pp.11) quien ha promovido de manera categórica la participación de las audiencias en los medios. Además, el periodista es autor de un sinnúmero de textos relacionados con el periodismo ciudadano, entre los que destaca ‘*We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*’ (2004) en donde explica las motivaciones del fenómeno.

2.1.1 Definiciones de Periodismo Ciudadano

Existen pocas bases teóricas o precisiones académicas para definir el fenómeno del periodismo ciudadano, debido a que muchas de estas propuestas están tomando forma en la actualidad. La mayoría de las apreciaciones están enmarcadas en el activismo político a favor de una participación plural y democrática de la ciudadanía en el concierto mediático, en confrontación con el *statu quo* que ostentan las empresas informativas y los periodistas profesionales en el tratamiento y difusión de la información.

Dan Gillmor, citado por Oscar Espiritusato, reconoce que el fenómeno es una reacción ante un “los rituales antidemocráticos de los medios tradicionales y los periodistas”. Gillmor apunta: “hay muchos periodistas que se opondrán a la sugerencia de que el periodismo tradicional no es democrático. Pero es exactamente lo que el periodismo ciudadano sugiere.” (Espiritusanto, 2011, pp. 12)”

El portal surcoreano OhMyNews.com es uno de los primeros proyectos experimentales de periodismo ciudadano en el mundo. En una entrevista al portal PeriodismoCiudadano.com, su jefe de redacción de este portal otorgó otra concepción del fenómeno “... el periodismo ciudadano queda definido por el lema de nuestro medio:

“Cada ciudadano es un periodista. Esa es la idea que cualquiera tiene el derecho de escribir reportajes y que esa información sea difundida.” (2007)

Por su parte, Shayne Bowman y Chris Willis en el libro ‘*Nosotros el medio*’ otorgan una definición englobante del fenómeno: “Periodismo participativo: es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información.” (2003, pp. 9). Además, destaca que se trata de un fenómeno que parte de abajo hacia arriba, donde hay poca o ninguna supervisión de periodismo profesional. Los autores también aportan con un gráfico que muestra la dinámica de la participación.

IMAGEN 1

DINÁMICA DE PARTICIPACIÓN EN PERIODISMO CIUDADANO

Interconexión (Traducción libre de ‘intercast’): Noticias de abajo hacia arriba

También llamado punto a punto, red social. Los participantes son pares y tienen la habilidad para cambiar sus roles. Las noticias con frecuencia no son filtradas por un mediador antes de alcanzar su audiencia.



Fuente: ‘Nosotros, el medio’ (Bowman & Willis, 2003, pp. 10)

Elaborado por: Shayne Bowman, Chris Willis

2.1.2 Contexto del fenómeno: la intermediación periodística puesta en duda

La evolución del internet trajo consigo no solo transformaciones dentro del ejercicio de los medios de comunicación y la labor estrictamente periodística. Paralelamente, el desarrollo de plataformas de web 2.0 significó la generación de un espectro de medios sociales o *social media*, que permiten a los usuarios la creación, edición, publicación y el intercambio de información en línea entre los usuarios.

Estas comunidades de usuarios –no necesariamente periodistas profesionales–, sin estar estrictamente vinculados al espectro de los medios de comunicación tradicionales o

digitales, también buscaron un espacio en la web para ser partícipes del ecosistema digital en auge en la web 2.0. Este proceso de descentralización, en la medida de la generación de contenido, posibilitó la creación de algunas plataformas de manejo de contenidos de bajo costo como los blogs, redes sociales, redes profesionales, entre otros, que almacenan todo tipo de información apta para ser compartida en redes públicas o privadas. Así lo señala Marta Franco y Miquel Pellicer en el libro *‘Optimismo para periodistas’*, quienes resumen el fenómeno en la siguiente cita:

Los consumidores (de información) tienden cada vez más a participar compartir y viralizar aquellos contenidos que más se adecúan a su satisfacción en su experiencia de usuario. Por su parte, los modelos económicos de las empresas de contenidos se vuelven insostenibles al mismo tiempo que internet se vuelve una gran ventana de posibilidades en un contexto de nueva economía. (Franco & Pellicer, 2014)

Los medios de comunicación enfrentaban así una nueva dinámica de intermediación en el escenario digital, con una audiencia muy lejana a ser meramente pasiva y consumidora de información. Ahora la intermediación requería un mensaje de doble vía, es decir, con capacidad de ser respondido y contra respondido.

El crecimiento y desarrollo de estas comunidades y de la generación de contenido en medios alternativos coincidió con otro de los factores que pusieron en crisis a los medios tradicionales: la desconfianza. Berta García y José Luís Capón en el libro *‘Ecosistema Digital’* señalan que se ha puesto en duda continuamente a los medios tradicionales al considerar que su conducta: “no era el del vehículo de noticias; antes bien, era en muchos casos un mero productor envuelto en una espesa telaraña de intereses espurios” (2005, pp. 216). En el proceso de intermediación de la información de algunos medios se han cuestionado valores como la transparencia y la objetividad y, en consecuencia, toda su reputación. Esto debido a algunos factores que destacan los autores:

Concentración en poderosos bloques empresariales

- Precariedad laboral de la plantilla
- Escasez de tiempo en las redacciones
- Pérdida de mínimos deontológicos (como el sistemático contraste de fuentes)
- Abuso de información de agencias
- Excesiva permeabilidad a las noticias generadas desde los departamentos de comunicación.

Tanto la desconfianza como el desarrollo de los medios sociales contribuyeron al crecimiento de ‘medios alternativos’. Es así que periodismo ciudadano se gesta en este ambiente de inconformidad. Dan Gillmor, quien también se identifica como periodista, es

uno de los principales críticos de las salas de los modelos de negocios de los medios de comunicación tradicionales. En un curso de la Universidad Complutense en julio del 2007, manifestó su opinión en relación a la necesidad de un cambio de actitud por parte de los periodistas profesionales, en referencia a un ambiente de mezquindad dentro del mismo sector: “Los periodistas deben dejar de creerse oráculos y guiar al público a la información, aunque sea a la del otro” (Espiritusanto, 2011, pp. 12).

De igual forma, Espiritusanto documenta que en esa misma exposición, hizo hincapié en la necesidad de democratizar la voz de los ciudadanos: “Parte del periodismo ciudadano es una reacción a una percepción según la cual los informadores tradicionales no han prestado la suficiente atención a los ciudadanos. Y estos últimos quieren tener voz” (2011, pp. 12).

2.1.3 El valor de la participación: convivencia de medios y comunidades

La participación es uno de los principales valores que impulsa el periodismo ciudadano, así como la democratización del acceso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, es decir, que la tecnología esté al alcance de cualquier ciudadano que quiera contar una historia. No obstante, esto solo es posible si existen principios de convivencia y reglas que involucran y redefinen tanto a las audiencias como a los medios de comunicación en la nueva dinámica propuesta.

Uno de los principios que aboga el periodismo ciudadano es la reformulación de la audiencia pasiva y acrítica de los medios de comunicación tradicionales y la incorporación de un nuevo modelo de audiencias y las comunidades sostenidas en la participación como eje transversal del cambio. El rol de las audiencias se redefine en muchos aspectos con la dinámica de la web 2.0. Jorge Luis Orihuela (Franco & Pellicer, 2014, pp. 72) describe a las funciones de una audiencia digital:

- Publicar contenidos propios (texto, imágenes, audio y video)
- Agregar y mezclar contenidos ajenos (noticias, creación de páginas de titulares, curaduría de contenidos)
- Promover, valorar y compartir contenidos
- Participar en redes sociales
- Cooperar (Conocimiento compartido, por ejemplo: Wikipedia)

Así mismo junto a los ambientes de participación, las audiencias alcanzan a una convergencia tecnológica en las que se asumen casi cualquier papel en el proceso

periodístico. Por ejemplo, los usuarios pueden ser a la vez creadores de contenido, editores, comentaristas, fotógrafos, etc. Bowman y Willis añaden lo siguiente: “Para que las organizaciones y negocios de medios entiendan cómo involucrar a su audiencia empoderada, debemos considerar qué motiva a esta a tomar sus nuevos roles y qué clase de reglas producen la participación más fructífera” (2003, pp. 40)

2.1.4 Reglas y formas de periodismo participativo según Bowman y Willis

A pesar de que es un fenómeno en desarrollo, son múltiples las plataformas en línea en donde se puede desarrollar periodismo ciudadano. Blogs, redes sociales, foros, grupos de discusión, publicaciones colaborativas, etc. Son algunas de las tecnologías que ofrecen facilidades a los usuarios para publicar contenido y compartirlo en una red pública o privada.

Pero el periodismo ciudadano va más allá de las plataformas o medios sociales. Según Bowman y Willis, existen algunas técnicas que ayudan a la convivencia en las comunidades de usuarios.

El principio de reputación y el estatus dentro de la comunidad es una de las técnicas más importantes. Los autores señalan que el reconocimiento y aprobación social es uno de los principales motores para la participación en las redes, dado que genera una reputación dentro de una comunidad. “Una de las razones primarias por las que las personas escriben un blog es porque aspiran a llegar a ser “legítimos” escritores en medios tradicionales. El weblog llega a ser un lugar para afinar su oficio y demostrar sus habilidades” (Bowman & Willis, 2003, pp. 41), apuntan.

Otra de las reglas que ayudan a la participación es la conexión entre usuarios con intereses similares en línea y fuera de ella. Los autores aseguran que la *web* “ha asumido un lugar prominente en forjar relaciones entre las personas con intereses comunes” (Bowman & Willis, 2003, pp. 42). Así mismo, según un estudio de Pew Internet & American Life, citado por los autores en ‘*Nosotros, El Medio*’ concluye que la ‘glocalización’², regula la conexión entre usuarios en red. “Internet ayuda a muchas personas a encontrar otros con quien compartir sus intereses no importa cuán distantes

² Shayne Bowman y Chris Willis otorgan la siguiente definición a ‘glocalización’: la capacidad de Internet para expandir los mundos sociales de los usuarios hacia gente muy distante y simultáneamente conectarlos más profundamente al lugar donde viven

estén, y esto los ayuda a incrementar su contacto con grupos y personas que ya conocían” (Bowman & Willis, 2003, pp. 42)

La enorme cantidad de información generada en los medios sociales obliga a los sistemas a generar filtros que moderen el contenido, tal como sucede en los medios tradicionales pero con una diferencia fundamental: el orden de publicación. Clay Shirky, profesor de temas económicos y sociales del internet, citado también por Bowman y Willis, grafica la diferencia:

El orden de cosas en la emisión (modelo ‘broadcast’) es ‘filtro, luego publico’. El orden en las comunidades es ‘publico, luego filtro’.” El profesor añade que la curaduría de los contenidos se la realiza dentro de la red con la diferencia de que “el juicio editorial se aplica después del hecho, no anticipadamente (Bowman & Willis, 2003, pp 13)

Sobre las formas de participación, en el periodismo ciudadano existen algunas clasificaciones de acuerdo a las dinámicas que ofrecen en distintas plataformas, o de acuerdo a su apertura o no de las comunidades. Algunas plataformas son muy similares al Periodismo Digital pero con distintos niveles de accesibilidad. Bowman y Willis ofrecen la siguiente clasificación, es importante señalar que desde la publicación del libro hasta hoy en día, se han generado nuevas formas de comunidades, por lo que no necesariamente es una clasificación inamovible o estructurada:

Grupos de discusión: Estas plataformas permiten a los usuarios el promover un tema de discusión a cualquier participante de la comunidad y compartirlo con el grupo. Estos pueden abiertos o cerrados. Existen dos tipos, los asincrónicos: foros, tableros de mensajes, sitios de pregunta-respuesta, etc. Así como pueden ser sincrónicos como un chat grupal. El proceso de autocorrección radica en un control de las conversaciones con un moderador anfitrión del grupo o uno que haya sido designado por la comunidad.

Contenido generado por el usuario: Esta forma de participación está enmarcada en la retroalimentación de los usuarios sobre algún contenido expuestos. Sea en forma de comentario en texto o multimedia, así como rankings. Este tipo de sistema se ha popularizado en redes sociales para otorgar reputación como por ejemplo ‘me gusta’ o ‘retuits. No obstante con el desarrollo de las tecnologías de la información, el concepto se ha hecho más abarcante, hoy en día el Contenido Generado por el Usuario o (UCG) por sus siglas en ingles está definido como: “todo tipo de contenido como post, chats, tuits, podcast, imágenes, sonidos y otros medios creados por los usuarios por medio de un sistema en línea o un servicio, siempre disponible a través de los medios sociales en el internet” (Chua et al, 2014, pp.8). Los procesos de control del contenido generado por el

usuario son relativamente bajo, en los sistemas de retroalimentación como rankings se publican inmediatamente.

Blogs: Los blogs son uno de los sistemas de publicación más populares y más antiguos. Estas plataformas funcionan con entradas o *post* que se ordenan de forma cronológica y pueden abarcar una universalidad temática, sin límite. Así también son flexibles en el límite y el contenido: texto, imagen, sonidos y videos. Pueden ser unipersonales como comunitarios y son sus creadores quienes disponen el contenido y pueden abrir o cerrar los comentarios. En el ámbito del periodismo participativo los blogs no necesariamente responden a los principios de edición tradicionales, en esta modalidad, estos espacios muestran particularidades: “Son blogs que, a diferencia de los generados por los medios informativos, no pasan por una edición previa, son iniciados por los autores de forma independiente, tratan sobre todo tipo de temas, y muchas veces son muy críticos con los medios tradicionales.” (López García G. , 2005, pp. 328). Los blogs también cargan con ser una suerte de la insignia del periodismo ciudadano, muchos blogueros, o usuarios que publican periódicamente en su blog han logrado construir espacios de información y opinión alternativa a los medios de comunicación. El periodista Robert Andrews, citado por Oscar Espiritusanto (2011, pp. 6), señala que el fenómeno de los blogs tuvo su origen en el atentado del ‘9/11’³ en Nueva York. Siendo este acontecimiento uno de los principales hitos del periodismo ciudadano.

Publicación Colaborativa: Las publicaciones colaborativas son espacios de publicación grupal que, generalmente está sustentada en un administrador de contenidos o CMS (*Content Managment System*) en inglés. Pueden tomar forma de blogs, pero también pueden ser wikis o medios alternativos o hiperlocales. La dinámica de funcionamiento es similar al blog, con la diferencia que el ambiente está diseñado para que los participantes jueguen múltiples roles como moderadores de contenido, editores, moderadores, anunciantes y lectores. La autocorrección en este tipo de publicaciones es más cercana a la edición tradicional de los medios de comunicación. Bowman y Willis grafican la diferencia:

Los weblogs tienen usualmente una característica de retroalimentación o, con más frecuencia, otros weblogs enlazan y discuten los comentarios publicados. Sin embargo, en ambientes complejos de publicación colaborativa, los procesos de autocorrección son más afines con la revisión de los pares,

³ Robert Andrews amplía su argumento en una publicación del año 2006 de la revista Wired, titulada: “9/11: Birth of the Blog”. Recuperado de <http://archive.wired.com/techbiz/media/news/2006/09/71753>

edición tradicional supervisada y metamoderadores, individuos que vigilan a los moderadores para asegurarse (Bowman & Willis, 2003, pp. 29)

Punto a punto ('peer to peer' o 'P2P'): Las plataformas basadas en redes de punto a punto normalmente responden a sitios de mensajería instantánea que permiten la conexión y transmisión de información de forma sincrónica entre dos o más usuarios. Pueden presentarse en modelo uno a uno o uno a algunos. Esta tecnología es muy cercana a los servicios de mensajería SMS en las operadoras móviles. A pesar de que la tecnología *P2P* no necesariamente responde a un fin periodístico, existe un sinnúmero de utilidades en el periodismo ciudadano, muchas de ellas relacionadas con el periodismo móvil o *in situ*. Dado el avance de la transmisión de datos móviles, algunas de estas comunicaciones *P2P* han logrado instaurarse en plataformas de redes de información como Twitter que, además conserva las características de un contenido generado por el usuario.

2.1.5 Críticas

La propuesta del periodismo ciudadano no ha estado libre de críticas. En muchos casos las observaciones parten de sectores vinculados a la prensa tradicional, pero también hay cuestionamientos desde la academia. Un blog español denominado 'El Tintero' (2013) a cargo de la Asociación de la Prensa de Valladolid argumenta en una entrada con cinco observaciones sobre la no existencia del periodismo ciudadano. Uno de los cuestionamientos más frecuentes recae sobre el apelativo 'periodismo ciudadano' que, según algunos críticos, tergiversa el sentido profesional de un periodista, al pasar por alto ciertas formalidades como la contextualización o el contraste de información que implica una labor periodística. Teóricos como José Luís Orihuela también cuestionan el apelativo 'periodismo' al periodismo ciudadano. Al respecto, el teórico afirma lo siguiente:

Desde la popularización de los medios sociales, los ciudadanos tienen la capacidad de hacer comunicación pública al margen de los medios de masas, pero a eso no deberíamos llamarle periodismo en ningún caso. Se trata de contenido generado por los usuarios. Es estupendo, pero no es periodismo. (Moreno, 2012)

Desde el lado periodístico, las principales observaciones contra el periodismo participan radican en los problemas de organización y de compromiso periodístico que conllevan sistemas 'no profesionales' o 'amateur'. Belén García y José Luís Capón apuntan lo siguiente:

Por otro lado, la pérdida de la dedicación del profesional y el carácter amateur (o pretendidamente amateur) de los nuevos medios (y en especial de los weblogs) los hacen vulnerables, ya que carecen de modelos metodológicos rigurosos y sistemáticos para filtrar la información, tarea que se encomienda a la comunidad de lectores (que no siempre se comporta con la diplomacia constructiva de la razón comunicativa habermasiana). (López García G. , 2005, pp. 218)

Otra de las observaciones está relacionada con el ideario de independencia absoluta generada alrededor de las comunidades, bases del periodismo ciudadano, en confrontación directa con las estructuras jerárquicas de los medios de comunicación tradicionales. García y Capón señalan:

Igualmente, la creencia de una comunidad sin intereses, plenamente independiente, que no reproduzca el juego que se da en el cuerpo social, es una ingenuidad. Lo que sí se salva, en un principio, son las dependencias adquiridas por los medios tradicionales, pero pronto es posible que se substituyan por otras servidumbres distintas (o las mismas trasladadas a la red). (López García G. , 2005, pág. 219)

2.2 Contracultura y “nuevos medios”

Una de las aristas más importantes de este análisis es la instalación de nuevos paradigmas a partir del uso de las nuevas tecnologías de la comunicación en el día a día de las personas, y el peso cultural que implica este fenómeno en las sociedades industriales, sobre todo de occidente.

Tanto los medios de comunicación en su conjunto como la actividad periodística muestran evidentes cambios en las formas de producción de contenidos, pero detrás de todo ello, existen dimensiones culturales o “tecno culturales” que defienden valores claves para la hegemonía del *statu quo*. En otras palabras, las creencias, gustos, morales que crean modelos de conducta y “comportamientos correctos” (Zavaleta, 2009, pp. 74)

Patrones alrededor de la estética de lo alternativo han desarrollado nuevas corrientes culturales, que han reformulado las perspectivas sobre la tecnología y la comunicación. En muchos casos, estas visiones responden a reproducciones de oposición a modelos de producción tecnocráticos y políticamente hegemónicos, pero con la tecnología como el eje de cambio.

Todo esto ha generado un debate entre sí la “sociedad del conocimiento” deviene en una excesiva confianza sobre el poder transformador de la tecnología. Determinismo que contrapone a la cultura de los “nuevos medios” de comunicación en confrontación con el *statu quo* de tecnologías anteriores. O si, por otro lado, se evidencian patrones culturales y contraculturales que repiten la alteridad entre ‘lo establecido’ frente a ‘lo alternativo’.

2.2.1 Definiendo el fenómeno de la contracultura

Para entender los modelos contraculturales en la actualidad es importante descifrar los procesos sociales que enmarcaron las primeras corrientes contraculturales que levantaron su protesta ante lo establecido. A pesar de que la concepción del término “contracultura” es muy amplia y genérica, por su aplicabilidad a distintos fenómenos

académicos, artísticos, sociales, políticos, etc., es importante aportar una definición que acerque al concepto para entender el enfoque que pueda ajustarse a la actividad periodística y la tecnología.

José Luís Heredia Zabaleta define el fenómeno en líneas generales con los siguientes términos:

“La contracultura es un paradigma que nos permite comprender el devenir de expresiones culturales alternativas a un sistema. Incluye manifestaciones artísticas, científicas, sociales, filosóficas, económicas y políticas, contrarias o diferentes a la Cultura Oficial, a la cultura del sistema; es una forma específica de ver la realidad, establece límites a lo hegemónico, formula interrogantes, introduce enigmas en el imaginario social.” (Zavaleta, 2009, pp. 73)

No obstante, la noción es tan amplia que el autor precisa que es posible evaluar determinados acontecimientos contraculturales de algunos acontecimientos que ocurrieron u ocurren, pero que es imposible hacer un balance de la contracultura misma.

Los primeros indicios de estos acontecimientos contraculturales están enmarcados en el origen de la cultura occidental. En la antigua Grecia, filósofos como Sócrates personificó “el antisistema de la sociedad ateniense” (Zavaleta, 2009, pp. 73), al considerar que era una sociedad hipócrita y expresarlo en sus enseñanzas, lo que lo llevó a ser juzgado y condenado a muerte. Sócrates tuvo en los Sicofantes, difamadores que defendían el *statu quo* de la clase dominante en Atenas, a sus principales detractores, tal como se ha reproducido a lo largo de la historia en distintas dimensiones.

Ya en la era moderna, aparecieron algunos pensadores considerados contraculturales por sus posturas contrarias al sistema establecido en sus épocas. Uno de los pensadores más radicales de esta línea fue Jean Paul Sartre, quien rechazaba cualquier vinculación de su filosofía con la cultura oficial. Rechazó reiteradas veces honores y condecoraciones porque consideraba formas de incorporarse al sistema.

También se puede mencionar a Ronald Laing, Hebert Marcuse, David Cooper quienes, inspirados en la filosofía de Jean Paul Sartre, lideran la “antipsiquiatría” un movimiento crítico a la psiquiatría tradicional de mediados del siglo XX que, según expresaron, había “cosificado” al enfermo al presentar un modelo de tratamiento unilateral que no contemplaba la reciprocidad y subjetividad del paciente (Zavaleta, 2009, pp. 75).

Este antecedente conminó el aparecimiento de una ola de corrientes críticas en aspectos políticos, sociales y académicos que buscaban una transformación. Hebert Marcuse, por ejemplo, lideró la posición contraria a las teorías culturalistas y neofreudianistas que dominaban los estudios psicológicos y que definían al rol del psicoanálisis como una técnica destinada readaptar al sujeto al sistema. Marcuse denuncia

una “represión excedente” al sometimiento a los modelos de dominación y la cultura. Además, cuestiona que, por la necesidad de supervivencia en un sistema, históricamente una forma de dominación ha sido reemplazada por otra. Apunta: “desde la revolución de los esclavos en el mundo antiguo hasta la revolución socialista, la lucha de los oprimidos ha terminado siempre con el establecimiento de un nuevo y mejor sistema de dominación” (Zavaleta, 2009, pp. 77).

Hebert Marcuse fue uno de los más activos artífices de la contracultura de su época. Él mantuvo una teoría crítica a la coerción social en las sociedades industriales, también inspiró el movimiento contracultural denominado ‘Mayo del 68’ en Francia, aunque luego se replicó en otros lugares del mundo. El movimiento significó una serie de manifestaciones estudiantiles y obreras en contra de algunos acontecimientos del orden mundial. En sintonía con estas manifestaciones, se levantó la protesta por el movimiento hippie o beatniks en Estados Unidos. Dentro de los reclamos en contra el sistema resaltaban un rechazo al imperialismo, la Guerra de Argelia, la Guerra de Vietnam y consignas a favor de la Revolución Cubana que acababa de consolidarse. El movimiento denostó una crisis en el Estado francés y obligó al gobierno de *Charles de Gaulle* anticipar elecciones. Los más notables representantes de la contracultura se alinearon a este movimiento. “Jean-Paul Sartre inspiró y dio su justificación (a Mayo del 68), conjuntamente con los más notables representantes de la Contracultura internacional; y donde Hebert Marcuse, discípulo de Martín Heidegger tuvo particular influencia” (Zavaleta, 2009, pp. 75).

Contracultura en el periodismo

Ya en el campo del periodismo se destacó una corriente contracultural importante: el Nuevo Periodismo.

De la mano de Truman Capote, el Nuevo Periodismo se bautizó como una corriente contracultural en los años 60 en Estados Unidos con la publicación de la novela de *non-fiction* “*A sangre fría*”. Esta obra abrió un debate sobre la pertinencia del periodismo en la literatura y viceversa, una discusión que nació con el mismo origen formal del periodismo (Wolfe, 1998, pp. 25.)

“*A Sangre Fría*” narra el asesinato de los cuatro miembros de la familia Clutter por dos vagabundos, en 1959. El hecho ocurrido en una localidad rural de Kansas (EE.UU.) llamó la atención de toda la opinión pública del país y concitó una investigación de las autoridades policiales que, finalmente, terminó con la condena a muerte de los culpables.

El periodista Truman Capote, quien mantenía una trayectoria periodística y literaria a la par, se mantuvo cercano a todos los procesos de la investigación del crimen. Luego de cinco años, cuando el caso se cerró y con suficiente material de sus investigaciones escribió la novela, cuyo género calificó como: no ficcional. “A sangre fría” sin perjuicio de ser la narración de una investigación periodística, pone en consideración algunos detalles que traspasan los cánones de objetividad del periodismo informativo. Por ejemplo, hay una carga de subjetividad al momento de describir a los criminales que devela algunos rasgos íntimos o psicológicos. Estas referencias abrieron el debate y pusieron en duda los límites del periodismo formal con la literatura. Es allí cuando se bautiza la corriente contracultural del Nuevo Periodismo. “A partir de la publicación de A sangre fría, nace el Nuevo Periodismo, una corriente que se caracteriza por combinar elementos literarios con los de una investigación periodística” (Aulestia, 2013, pp. 39).

La corriente del Nuevo Periodismo estaba alimentada por un deseo generalizado de los periodistas por escribir novelas. Tom Wolfe explica a detalle esa fiebre que se contagió en las salas de redacción entre los años cuarenta, cincuenta, hasta principios de los setenta:

El objetivo era conseguir empleo en un periódico, permanecer íntegro, pagar alquiler, conocer «el mundo», acumular «experiencia», tal vez pulir algo del amaneramiento de tu estilo... luego, en un momento, dejar el empleo sin vacilar, decir adiós al periodismo, mudarse a una cabaña en cualquier parte, trabajar día y noche durante seis meses, el iluminar el cielo con el triunfo final. El triunfo se solía llamar La Novela. (Wolfe, 1998, pp. 12)

Junto con la obra de Truman Capote, existe una serie de autores y publicaciones que respondieron a las motivaciones del Nuevo Periodismo, incluso algunos precedentes. Destacan, por ejemplo, Gay Talese, Tom Wolfe y Norman Mailer. En Latinoamérica, destacaron: el argentino Rodolfo Walsh con la obra “*Operación Masacre*”, en 1957, y en escritores del boom latinoamericano como Mario Vargas Llosa y Gabriel García Márquez. Todos ellos combinaban sus estilos periodísticos de reportajes, crónicas, entrevistas con sus obras literarias.

La perspectiva contracultural del Nuevo Periodismo se manifiesta con los cuestionamientos a las formalidades y cánones que mantenían los círculos periodísticos y literarios, bien diferenciados por la forma contrastada de ver los hechos reales de los ficticios, o lo objetivo de lo subjetivo. No obstante, los cuestionamientos más radicales se formaron en el mundo literario que manifestaron una oposición al movimiento contracultural, en una búsqueda de conservar el estatus regido por la alta cultura que diferenciaba a la figura del periodista con el literato.

Tom Wolfe señala lo siguiente: “la repentina aparición de este nuevo estilo de periodismo, sin raíces ni tradiciones, había provocado un pánico en la comunidad literaria”. (1998, pp. 41) Para las comunidades literarias del siglo XX, los periodistas pertenecían a la categoría inferior existente en la literatura. “Se les consideraba principalmente como operarios pagados al día que extraían pedazos de información bruta para mejor uso de escritores de mayor «sensibilidad»” (1998, pp. 41), destaca Wolfe.

2.2.2 Crítica a la racionalidad y a la sociedad industrial y tecnocrática

La Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, de la cual fue adepto Hebert Marcuse, como lo muestra en su libro *‘El Hombre Unidimensional’* (1993, pp. 20), plantea un dilema clave en las sociedades industriales: La hegemonía dogmática de la racionalidad técnica frente a otras formas alternativas de entender las sociedades. Este es el punto de partida para entender el motor de la contracultura en las sociedades. Por otro lado, la misma contracultura no está libre de contagiarse con la misma posición dogmática de la racionalidad, por lo que la irracionalidad puede absorberse por la racionalidad y establecerse un ciclo sin fin.

Respecto a la dicotomía generada a partir de la racionalidad-irracionalidad, Marcuse elabora un análisis exhaustivo sobre las formas de dominación ideológica y positivista de la sociedad industrial que relegan a la irracionalidad todo lo que se oponga a esa verdad absoluta. Este análisis se amplía en el concepto del “hombre unidimensional” que se generó para estudiar la situación del individuo en la sociedad moderna y su lucha por emanciparse del sistema hegemónico. Una discusión que ha sido replanteada por varios pensadores de la Escuela de Frankfurt como Adorno, Habermas, Horkheimer, etc, desde distintos análisis económicos, sociales, políticos, etc.

José Luis García de la Serrana en el texto *‘Marcuse y la contracultura’* de la compilación *‘Historia de la Teoría Política’* de Fernando Vallespín, hace un extenso análisis sobre la crítica a la racionalidad. En el análisis, el autor destaca dos valores que definen a la “Sociedad Industrial Avanzada”, expresa: “ 1) Una sociedad capaz de contener un cambio cualitativo para un futuro previsible, pero 2) también una sociedad en la que existen fuerzas y tendencias que pueden romper esa contención y hacer estallar la sociedad” (Vallespín, 1995, pp. 198). Es en este escenario que se posiciona la crítica a la racionalidad, debido a que la ciencia y tecnología se transforman en formas de control y cohesión social porque rompe los límites entre lo público y privado. Este pensamiento

determinista tiende a ampliarse en cuanto influye no solo en los roles en la sociedad, sino también en las actitudes, ocupaciones, necesidades y aspiraciones individuales.

Así pues, para Marcuse, el fenómeno radicalmente nuevo al que tenemos que enfrentarnos es el de una sociedad en la que la dominación de la naturaleza se ha transformado en una dominación del hombre por el hombre solamente aceptada como racional. (...) Esta racionalidad expulsa al terreno de la irracionalidad a todo lo que se oponga consiguiendo una parálisis de la crítica en todos los terrenos de la vida social. (Vallespín, 1995, pp. 199)

Esta racionalidad, al convertirse en la única opción, se convierte en dogma y en ideología, por lo que la razón técnica se convierte en razón política. Marcuse señala lo siguiente:

La razón técnica es en sí mismo ideología. Ideología que encubre los intereses de dominio que le son inherentes al aparato técnico mismo, puesto que la técnica es «siempre un proyecto histórico-social», en ella se proyecta lo que los hombres quieren hacer de una sociedad. (1995, pp. 200)

En una línea similar a la de Marcuse, Theodore Roszak ahonda el tema analiza fenómeno de la tecnocracia en las sociedades industriales. Toma como referencia hechos como la huelga de Mayo del 68 para presentar el escenario de las revoluciones estudiantiles en Europa pero visto desde una perspectiva generacional. Los jóvenes que despertaron revoluciones contra el sistema en los años setentas frente al *statu quo* impuesto por los adultos, tanto en Europa como en Estados Unidos. Se trata de una generación posterior Segunda Guerra Mundial que respondía a ideales antisistema.

Al igual que Marcuse, Roszak, en su texto *‘El Nacimiento de una Contracultura’*, reconoce que existe un sistema autoritario que plantea una sociedad enmarcada en una suerte de ingeniería social capaz de prever cualquier anomalía que rompa el sistema. Este sistema rebasa las ideologías políticas de izquierdas o derechas y se enmarca en parámetros técnicos para elegir la mejor decisión para la sociedad en su conjunto. En la sociedad tecnocrática, el “experto”, o especialista, quién por su conocimiento técnico o científico, es el único individuo capacitado para otorgar una respuesta a las necesidades de la sociedad.

Roszak define a la tecnocracia como un ideal al alcanzar por las personas con el fin de organizar, modernizar o planificar la sociedad industrial, a partir de “imperativos incuestionables” (Roszak, 1970, pp. 19). Estos imperativos son el efecto de una sistematización de una serie de tareas que se extienden diversas áreas como la política, la educación, el ocio, etc. Incluso la misma protesta a la tecnocracia se convierte en objeto de examen técnico. El sistema, entonces, anula la autonomía de las personas e intenta hacer una predicción profesional sobre todas las necesidades sociales. “La tecnocracia por sus conocimientos técnicos, asume una influencia autoritaria sobre los aspectos más íntimos y

aparentemente personales de la vida humana: comportamiento sexual, educación de los niños, salud mental, esparcimiento, etc.” (Roszak, 1970, pp. 21).

Otra lectura sobre la contracultura la sostiene Bernal Herrera en el texto “Cultura y Contracultura”. Herrera cuestiona la terminología de “contracultura”, acuñada por Roszak (1970, pp. 57) para describir los movimientos alternativos de los años setentas y las define como “culturas contestarías”.

Sin abordar el enfoque de la sociedad tecnocrática, Herrera encuentra que existen culturas mayoritarias y minoritarias que engloban prácticas y valores que pueden ser opuestos, pero que se posicionan en un juego de fuerzas por criterios demográficos, económicos, religiosos, etc., frente a otras culturas periféricas que puján por ganar el mismo protagonismo. Es así que acerca la siguiente clasificación (Herrera, 2006, pp. 274):

Cultura dominante: Es la cultura hegemónica. El *statu quo* que determina el horizonte mental básico de las prácticas culturales y articulan los principales procesos sociales. Son dominantes porque la mayoría de integrantes de una sociedad la comparten o porque tiene mayor capacidad de proyectar sus valores y para invisibilizar a otras culturas.

Cultura marginal: Aspiran a ser culturas dominantes y no son reconocidas por número o por posición social. En general, los integrantes de estas culturas no escogen pertenecer a estas sino que nacen en su seno.

Subcultura: Son adoptadas de forma consciente por sus miembros. Se identifica con un conjunto de prácticas que, sin ser parte de la cultura dominante, no cuestionan sus valores centrales.

Contracultura: Se articulan en explícita oposición a sus contrapartes de las culturas dominantes.

Herrera aporta algunas observaciones que definen y analizan a la contracultura dentro de un escenario social y cultural (2006, pp. 275). El primer rasgo definitorio es que la oposición de la contracultura siempre se articula en contra de la cultura dominante, sin importar el tipo de tendencia ideológica que esta proponga. Otra observación es que dicha oposición no puede ser absoluta, se enfocan en determinados aspectos de esta dado que resulta casi imposible generar un rechazo a toda una cultura en su conjunto. Una tercera observación asevera que las contraculturas suelen resignificar elementos de otras culturas, debido a que su existencia depende de su inclusión en la formación cultural.

Otro análisis que estudia la crítica a la racionalidad la desarrolla Luís Racionero en su texto ‘*Filosofías del underground*’. Racionero, al igual que Bernal Herrera, cuestiona la

concepción etimológica de “contracultura” y la califica como una “desafortunada traducción” (Racionero, 1977, pp. 10). Al no tratarse de una negación de la cultura, como se interpretaría textualmente, sino como un contrapeso a ella. Además, asocia al fenómeno con La tradición “*underground*”⁴. El autor hace una diferencia entre los fenómenos que ocurrieron entre los años sesenta y setenta y la concepción actual del fenómeno contracultural, aunque reconoce que existe una tendencia similar alrededor del nivel ideológico, que trascendería a las épocas:

Los ideales de renuncia a la sociedad de consumo, la protesta contra el autoritarismo y la burocratización, de vida comunitaria y descentralizada y cooperativa, de liberación erótica, de economía igualitaria, siguen vigentes, necesarios e irrenunciables, esperando nuevas condiciones objetivas favorables para realizarse (Racionero, 1977, pág. 15).

Racionero sostiene que la tradición *underground* muestra patrones y evidencia desde el inicio de la historia occidental con factores de conflicto como por ejemplo: el derecho a la propiedad privada, el patriarcado o el apareamiento de shamanes y el esoterismo. El autor encuentra dos tendencias esenciales que han marcado una línea de comportamiento común (Racionero, 1977, pp. 11):

La búsqueda de una solidaridad mundial: Se formula con la generación de una “mentalidad planetaria” que recoge elementos culturales diversos que se adapten a sus objetivos.

El cortocircuitaje de los sistemas y organizaciones autoritarios: Para este fin se plantean nuevos medios de producción comunitarios, el cooperativismo y como medio de información se instrumentaliza a la prensa y el arte.

Racionero descarta que, actualmente, se pueda sostener la contracultura en la *praxis social*. Es decir, los hitos sociales que levantaron a las masas en contra de la racionalidad del sistema entre los años sesenta y setenta: movimiento hippy, movimiento psicodélico, luchas contra la segregación racial, y de género, filosofías orientales, etc. El autor añade que todas estas tendencias que buscaban una revolución cultural ya fueron absorbidos por el sistema racional que lo banalizó y neutralizó (1977, pp. 16).

No obstante, esto no quiere decir que haya desaparecido, Racionero advierte que el cambio de las condiciones como las revoluciones políticas, tecnológicas, nivel de vida, etc.

⁴ Según Racionero, la ‘*Gran Tradición Underground*’ es la “tradición del pensamiento heterodoxo que corre paralela que corre paralela y subterránea a lo largo de toda la historia de Occidente...” (Racionero, 1977, pág. 10)

Pueden reflotar la mencionada “tradición *underground*”, aunque de forma distinta, pero con las mismas bases filosóficas de la vieja contracultura de los años setenta.

Racionero complementa estas reflexiones con una defensa hacia las filosofías irracionales, es decir, las que no se ajustan a la lógica de la racionalidad, pero que no por ello pierden coherencia. Esto debido a que uno de las características unificadoras de la contracultura es la negación al racionalismo, es decir: “*El monopolio de las formas de conocimiento que le ha otorgado la cultura burguesa*” (1977, pp. 18).

Racionero descarta una exclusión entre la racionalidad y la irracionalidad, sino una forma de complementarse:

Para el *underground*, el racionalismo o la mente lógica es un instrumento, una herramienta como el cuchillo o la sierra. Detrás del instrumento hay otro nivel de la persona que decide cómo usarlo. Ese nivel puede decidir usar varias herramientas alternativamente, y así, junto a la filosofía racional, pueden usarse con provecho otras filosofías irracionales. (1977, pp. 19)

Otro de los fenómenos sobresalientes en la sociedad industrial y la modernidad radica los procesos de hibridación cultural que se evidencian con el sincretismo de múltiples visiones, incluso contradictorias, que confluyen en una cultura globalizada y glocalizada. Este proceso de formación de nuevas culturas deslegitimaría el purismo y la autenticidad que ostentan las culturas contestatarias, en cuanto estén identificadas en la oposición fundamentalista a la cultura oficial, tal como se plantearía en una utópica contracultura.

Nestor García-Canclini, en su texto ‘*Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*’ (2001) clarifica este análisis con el concepto de los procesos de hibridación: “entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas” (2001, vii). Este efecto se vuelve más evidente cuando las culturas se hallan interconectadas y aupadas por el desarrollo tecnológico, tal como sucede en el contexto de la sociedad del conocimiento y la información, y el Internet en particular.

Son precisamente los procesos de hibridación los que explicarían las contradicciones que no se contemplan en la lógica dual excluyente entre racionalidad e irracionalidad. El proceso cultural se reformula con la aparición de nuevas condiciones de mercado y de producción. Además, el desarrollo de la hibridación coincide con la expansión de las nuevas tecnologías de la información, que tuvieron su despegue a finales del siglo XX (2001, ii). Sobre los tipos de culturas, García-Canclini añade lo siguiente:

Si queremos ir más allá de sus tropismos fundamentalistas identitarios, debemos situar a la hibridación en otra red de conceptos: por ejemplo, contradicción, mestizaje, sincretismo y

transculturización. Además, es necesario verlo en medio de las ambivalencias de la industrialización y la masificación globalizada de los procesos simbólicos y de los conflictos de poder

2.2.3 La Dimensión Cultural del Internet y determinismo tecnológico

El determinismo tecnológico y la tecnocultura representan una de las reproducciones más cercanas a la contracultura en la comunicación digital, embanderada en las nuevas tecnologías de la comunicación. El Internet sostiene toda una dimensión cultural que lleva el dilema de la contracultura de Marcuse y Roszak a un nuevo peldaño: la Sociedad del Conocimiento.

Manuel Castells aborda la conceptualización de la influencia de la cultura en el Internet. El autor manifiesta (2002, pp. 1) que Internet no es solo una tecnología, como se puede pensar de otros medios más instrumentales al servicio de algún sistema tecnocrático, sino que representa toda una producción cultural. Este quiebre en el sistema está justificado por la Sociedad del Conocimiento que genera toda una revolución en las formas de distribución y consumo de la cultura. Castells entiende las Sociedad del Conocimiento como una sociedad en condiciones de generar conocimiento en el marco de una transformación socio tecnológico. Este fenómeno de transformación es entendido por el autor como un “paradigma tecnológico” con el Internet como principal artífice; similar al que ocurrió cuando se construyó la sociedad industrial, con la energía; es decir, el Internet atraviesa todos los procesos de la sociedad, política, economía, etc.

En palabras de Castells: “La dimensión cultural, es decir, el sistema de valores, creencias y formas de construir mentalmente una sociedad, es decisiva en la producción y las formas de internet” (2002, pp. 2) lo que lo remite a los orígenes mismo de esta plataforma. El autor insiste en que Internet es cultura al representar un instrumento de comunicación “horizontal, global, libre y no controlable” (2002, pp. 3) Todo lo opuesto a lo que propenden todos los aparatos de poder con el control de la comunicación. “Pues es ahí donde creo que la dimensión cultural es muy importante, porque demuestra la capacidad de subvertir aparatos de poder. Si no se pudiera subvertir aparatos de poder, la vida sería muy aburrida y las sociedades, totalitarias.” (2002, pp. 4), concluye.

El mismo autor otorga una categorización a lo que considera “*capas culturales*” del Internet personificada en cuatro niveles: (2002, pp. 5)

- La “cultura universitaria tecnomeritocrática” es el primer nivel cultural. Está representada por los usuarios que ponderan la apertura a la investigación como fin del Internet.

- El segundo nivel lo ocupan los *Hackers* que se caracterizan por la creación de programas de forma abierta y lo comparten con la comunidad. Encontramos entre los ejemplos más significativos están los adeptos al software libre o plataformas como Linux que defienden un internet tecnológicamente abierto y sin apropiación comercial directa.
- La tercera capa cultural es para las “culturas alternativas”. Es precisamente en este segmento en que se halla el fenómeno contracultural que encontró sus adeptos en los movimientos de los años 70. Con internet, se ampliaron las posibilidades de formas alternativas de comunicación, política. Castells apunta lo siguiente: “La gente que salió de los años sesenta, pero sobre todo, setenta, de los movimientos contraculturales y que vio Internet como un espacio de libertad” (2002, pp. 5).
- La cuarta esfera cultural de internet la ocupan los empresarios que han apostado a la innovación en internet. En este grupo pueden estar representados por las empresas que han apostado a nuevos modelos de negocios en internet, entre ellos los nuevos medios de comunicación digitales.

Todas estas capas culturales permiten generar nuevas condiciones de organización social que se expresa en cambios en la economía industrial. Internet se convierte entonces en un nuevo motor económico y a la vez un acelerador cultural. Castells asevera que todas las capas culturales confluyen en un común denominador llamado: Cultura de la libertad (2002, pp. 5).

Es en la cultura de la libertad en donde confluye la presión por romper el sistema establecido por los imperativos incuestionables que Rozsak (1970, pp. 20) encontraba en la sociedad tecnocrática. Normas culturales que propenden a un tratamiento técnico y burocrático de las prácticas económicas, políticas, incluso de ocio.

Otra perspectiva sobre la dimensión cultural de Internet la aborda Jesús Martín-Barbero, los conceptos se recogen en el libro *‘Tecnocultura y Comunicación’* (Pereira & Villadiego, 2005). Martín-Barbero comparte con el criterio de Castells respecto a la transformación de la cultura a través de las nuevas tecnologías de comunicación, lo que, a su vez, pone en juego la revitalización de la identidades de género, edad, etnia, religión, etc. El autor acota lo siguiente:

El lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación, deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural: la tecnología remite hoy no unos aparatos sino a nuevos modos de percepción de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escritura. (Pereira & Villadiego, 2005, pp. 28).

Por otro lado, Martín-Barbero encuentra a la Sociedad de la Información como una forma de cambio desproporcionado en las sociedades que priorizan la centralidad de la tecnología en pro de un modelo hegemónico del mercado y la comunicación. Tal como sucede con las medidas de modernización neoliberal. Esta desigualdad no se compadece con la realidad de las sociedades que asumen los cambios tecnológicos con otro ritmo, no tan vertiginoso como el modelo globalizante de las sociedades industriales.

Otra visión más alejada del determinismo tecnológico alrededor de la Sociedad de la Información, la expone David Morley en el libro *'Medios, Modernidad y Tecnología'* (2008) cuestiona esta nueva racionalidad técnica que posiciona a las nuevas tecnologías de la información como formas evangelizadoras de desarrollo. Morley, en la misma línea de Martín-Barbero, señala que las visiones de “tecnofuturo” se inscriben en lugares geográficos concretos, como Occidente, en donde se generan discursos de sociedad pos industrial.

Mattelart, citado por Morley, quien desde la teoría crítica de la comunicación, cuestiona que los avances técnicos signifiquen mejoras en los modos de comunicación de las personas, es otro de los argumentos que el autor recoge para llegar a la conclusión de que internet puede generar lógicas de exclusión al caer en una suerte de “balcanización” del espacio virtual, en pos de proteger a las comunidades. Las oportunidades de comunicación que se generan en estos espacios son evidentes y pueden ser positivas como negativas, no obstante el determinismo sobre las potencialidades de la tecnología puede generar una lectura socialmente errada.

Morley acota lo siguiente: “Por otra parte, hoy estas nuevas tecnologías, lejos de ser <<inclusivas>>, a menudo trabajan para intensificar los patrones de comunicación de quienes ya están en contacto ya para acentuar la exclusión de quienes ya están marginados” (2008, pp. 177). Este fenómeno también se traslada a otras tecnologías de comunicación que se acogen a la lógica de las políticas internacionales, ya que algunos servicios que pueden ser trascender las fronteras como en transacciones comerciales por medio de Internet, televisión, telefonía, están sujetos a las políticas internas de cada país.

Todo esto lleva al autor a cuestionar la supuesta liberalidad que existe en internet debido a que este espacio ha dejado de ser un “un instrumento no comercial de intercambio de información” (2008, pp. 178) para convertirse en un espacio de transacciones, sobre todo privadas y comerciales.

CAPITULO III

3.1 Descripción del objeto de análisis

“Esto no es periodismo profesional. Esto es lo que es”, con ese eslogan, que emularía aparentemente al surrealismo de René Magritte, se inauguró el objeto de análisis de esta disertación: GkillCity.com. Un proyecto de periodismo alternativo, de discurso contestatario nacido en la red. Se fundó en junio del 2011 en Guayaquil y a lo largo de estos casi cuatro años se ha construido de forma experimental, pero conserva una visión liberal, digital y alternativa (GkillCity.com, s.f.), tal como reza su autodefinición actual.

Este medio empezó “como debía: con unos ‘panas’ comiendo un ceviche” (Expresiones, 2013) esto como señal de la informalidad en los inicios de este proyecto. Ellos decidieron montar esta plataforma como respuesta a la necesidad de dar un espacio a las voces de la ciudadanía; que, por distintos motivos, no estaban incluidos en las agendas de los grandes medios de comunicación. Entre los integrantes iniciales (Semana, 2012), constan: José María León Cabrera, Ernesto Yturralde, Fernando Ampuero, Xavier Flores y Andrés Crespo entre otros colaboradores.

Antes y después de Media Factory

En julio del 2014 y luego de ganar un concurso en *Media Factory*, una aceleradora de contenidos argentina, repotenciaron el proyecto con una inversión de 75 mil dólares proveniente de fondos de inversión de apoyo a emprendimientos digitales como: “Media Development Investment Fund” “North Base Media” y “Nxtp Labs” (Gkill City, 2014). Con esos recursos cambiaron algunos aspectos de estética, como su plantilla, secciones e incluso incrementaron el número de colaboradores. Para ese entonces, Flores, Ampuero y Crespo dejaron el proyecto. Actualmente GkillCity.com está encabezado por José María León (editor general), Isabela Ponce (editora adjunta), Ernesto Yturralde (editor de videos), Pablo Cozzaglio, María Fernanda Mejía y Andrea Balda. Este equipo cuenta con el aporte de alrededor de 400 colaboradores del Ecuador e internacionales también, según la presentación es un sitio web.

Postura liberal y contracultural

GkillCity.com, como modelo de periodismo alternativo y contracultural en la red, se muestra contrario a los modelos de negocio tradicionales de la prensa, lo que su editor general llama: “un falso dilema” (PlanV, 2014) de la imparcialidad del periodismo tradicional, tanto en medios públicos como privados. En consecuencia, mantienen un

modelo de negocio basado en la autogestión que les permite garantizar ciertas “libertades” para plantear una agenda políticamente liberal, contratultural y ciudadana, es decir, no existen limitaciones de lo “políticamente correcto” aunque si se exige rigor periodístico.

Esto debido a que, según ellos, los medios tradicionales mantienen lógicas de exclusión y no responden a los intereses de la ciudadanía, por el contrario, responde a agendas empresariales o estatales de los cuales dependen financieramente. En Ecuador, existe una polarización respecto al manejo de la información por la coyuntura política actual. Es por eso que José María León señala las motivaciones del proyecto:

Nació hace tres años y un poquito más, producto de la necesidad de tener un medio que renuncie al falso dilema que proponían los medios mercantiles y los medios públicos: los unos se autodenominaban la prensa libre e independiente y los otros la prensa de la verdad, y en realidad lo que hacían era defender agendas mercantiles y estatales. En el medio, los ciudadanos —halados de un lado para otro— no encontraban un espacio donde hablar con su voz propia (GkillCity no tiene una voz, sino que es un gran amplificador de muchas voces únicas e inimitables) y leer las cosas que les preocupaban e interesaban. En ese momento, GkillCity nace como una respuesta a esa necesidad. (PlanV, 2014)

Medio Colaborativo y glocalizado

Una de las particularidades de GkillCity.com radica en la estética hiperlocal, es decir, el uso de términos guayaquileños coloquiales que propone para algunas de sus temáticas. Desde la maquetización de su portal, hasta la organización de sus secciones, denotan un estilo propio. Por ejemplo, entre las secciones que inauguraron y aún se encuentran en el portal, están “Chongo Cultural”, “Mirador Político”, “Galeta Gráfica”. No obstante, la dinámica participativa y globalizante de Internet ha obligado al medio a ampliar la perspectiva hacia temáticas de interés nacional o global. Esto se evidencia en la nueva interfaz del portal en 2014, en la cual cambiaron la maquetización de sus secciones hacia un manejo menos coloquial, y más simple y práctico.

Esta suerte de “glocalización” que, Bowman y Willis, regula la conexión entre usuario de red, reafirma la conceptualización participativa que caracteriza al Periodismo Ciudadano, desde lo local, hacia lo global, por medio de la generación de comunidades con intereses comunes que no necesariamente se rigen a un mismo lugar geográfico. “la web ha asumido un lugar prominente en forjar relaciones entre las personas con intereses comunes” (Bowman & Willis, 2003, pp. 42)

Otras de las características prominentes de GkillCity.com que lo vincula con el Periodismo Ciudadano son el propósito de descentralización de la información, evidente en la intermediación periodística de los medios tradicionales, y el sentido participativo de las audiencias en la producción de contenido. Tal como lo apunta Bowman y Willis:

“Periodismo participativo: es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información.” (2003).

En un artículo titulado ‘La crónica del Barrio’ de José María León Cabrera, se hace referencia directa a estas dos características mencionadas. El autor escribe:

Difícil creer que la ciudad esté reflejada en esas notas desabridas e insustanciales. Siempre a través de la mirada de alguien que no vive ahí y que iba y permanecía, a lo sumo, una media hora. (...) Fue una especie de segunda epifanía, pues la primera era aquella que tenía que ver con la foto del avión que Sully Sullenberger logró aterrizar sin consecuencias fatales en el río Hudson de Nueva York: las historias de la ciudad tienen que contarlas las personas que las viven. Quienes interactúan con la ciudad, aportando sus flujos a los fijos que le proponen: una vereda, una tienda, una esquina, un personaje, en fin, los barrios guayaquileños están llenos de historias que pueden ser contadas. (León, 2012)

Proyectos fuera de la Red

GkillCity.com ha lanzado otros proyectos fuera de su sitio web. El espacio de entrevistas denominado *La Descarga* fue uno de sus proyectos más ambiciosos. Definido León como un “programa experimental de comunicación ciudadana”, este proyecto que surgió en 2013 se transmitió semanalmente por una temporada por el canal de televisión Teleamazonas, los domingos por la noche. La particularidad de este proyecto fue su dinámica: una parte de la entrevista se la transmitía en señal abierta, mientras que otra se la publicaba en YouTube.com, inmediatamente después de la primera transmisión.

Otro de los proyectos audiovisuales que desarrolló este portal fue una ronda de entrevistas a los candidatos a la Presidencia de la República, previo a las elecciones del año 2013. A pesar de no lograr conversar con todos los candidatos, el portal ganó mucha popularidad por esta iniciativa, así lo afirma Isabela Ponce, directora adjunta, quien incluso señala que fueron los “picos más altos” en publicaciones leídas (Ponce Ycaza, 2015). Las entrevistas se cargaban en Internet y estaban conducidas por Fernando Ampuero. Un año más tarde, para las elecciones seccionales, se propuso otra ronda de entrevistas, pero solo se enfocaron en algunos candidatos para la alcaldía de Quito y Guayaquil.

Actualmente GkillCity.com vive un proceso de transición hacia nuevos proyectos. Uno de ellos es “Gkillcity Data” una nueva página web que se enfoca en el periodismo de datos, “ante la escasa transparencia de las administraciones públicas”. A pesar de que este proyecto aún está en construcción, Arduino Tomasi, colaborador de GkillCity.com y quien dirige este proyecto, lo define de la siguiente manera:

“Nace como respuesta a una preocupación bifronte. Por un lado, la escasa transparencia de las administraciones públicas como estándar a nivel nacional; y, por otro, la forma en que se ha manejado la presentación de esa data escasa, sin ningún criterio (en muchos casos con plena intencionalidad) para que pueda ser manejada y empleada por los ciudadanos para evaluar esas administraciones.” (Escuela de Datos, 2014)

Arquitectura de la información en GkillCity.com

La interfaz de GkillCity.com se apega a todas las características de un administrador de contenidos web, tipo revista digital. En el portal se lanza un *dossier* o, como se lo denomina actualmente, una “Edición del lunes” con grupo de artículos nuevos todas las semanas, así se establece el criterio de periodicidad. Hasta antes de cambiar su interfaz, a mediados del 2014, el portal manejaba cinco secciones temáticas en su interfaz, posteriormente las secciones se ocultaron en el portal, pero aún se maneja contenido en ellas:

‘El Chongo Cultural’: *Chongo*, como se conoce en el argot⁵ al prostíbulo, representa un espacio de la vida bohemia de distintos artistas. Esta sección está destinada para colgar los trabajos artísticos.

‘Fuck You Curuchupa’⁶: Esta sección se enfoca en el resaltar los derechos de las minorías (sexuales, culturales, políticas) que se oponen al *statu quo*. Su nombre contestatario se debe a la intención de romper los estereotipos sociales respecto a estos grupos.

‘La Descarga’: Esta sección correspondía a un proyecto experimental audiovisual que consistía en entrevistar a personajes con un enfoque de comunicación ciudadana.

‘El Mirador Político’: Un espacio de opinión de los hechos políticos de coyuntura, los medios y las políticas públicas.

‘Galeta Gráfica’: La galería o *galeta*, cómo se conoce en una jerga guayaquileña, acoge los trabajos gráficos y audiovisuales de los colaboradores.

Actualmente, la propuesta de arquitectura de información, dista mucho de la que se propuso antes de pasar por la aceleradora de medios, Media Factory. A pesar de que aún está en un proceso de construcción, las secciones visibles han perdido la jerga localista, así como se han abierto temáticas más generalistas como: turismo, gastronomía, cultura, etc.

La propuesta actual es la siguiente, además de las secciones existentes se amplió con las siguientes temáticas:

‘Come y Bebe’: Sección destinada a la gastronomía nacional e internacional.

‘Medir el Mundo’: Análisis internacionales.

⁵ ‘Argot: Lenguaje especial entre personas de un mismo oficio o actividad’. Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=ARGOT>

⁶ ‘Curuchupa: [persona] Que hace ostentación de su religiosidad y tiene, al mismo tiempo, una vida privada dudosa’. Oxford Dictionaries. Recuperado de: <http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/curuchupa>

‘Punto de Partida’: Sección destinada a turismo, fundamentalmente cultural y natural, dentro y fuera del Ecuador.

‘Tercer Tiempo’: Análisis de la coyuntura deportivo, sobre todo de fútbol.

‘¿Cuál es la voz?’: Sección destinada a críticas de arte: cine, literatura, artes escénicas, etc.

‘La vida de otros’: A esta sección corresponden los análisis sobre los hechos, derechos y libertades relacionados con la sexualidad así como las minorías sexuales. Esta sección no está incluida en el menú de inicio, pero se actualiza constantemente.

3.2 Metodología de Análisis

Para el análisis del sitio web GkillCity.com se aplicarán dos metodologías en virtud de recabar integralmente los elementos, tanto de forma como de contenido, que permitan lanzar conclusiones, acorde a los objetivos de este análisis.

El primer análisis se enfocará en la arquitectura de la información y la interfaz del sitio. GkillCity.com, al ser un medio digital, debe ser evaluado con parámetros correspondientes al entorno digital. Para este fin, se aplicará la *‘Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea’* (2000), del profesor Lluís Codina mediante una plantilla de análisis.

El segundo análisis corresponderá a la mediación entre comunicación, cultura y política, propuesta por Jesús Martín-Barbero en el libro *‘De los Medios a las mediaciones’* (2003). Se analizará los nexos entre las Lógicas de Producción, Formatos Industriales, Competencias de Recepción y Matrices Culturales. Este análisis corresponde al contenido y su vinculación con las características Contracultura y el Periodismo Ciudadano.

3.2.1 Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea

Esta metodología de evaluación de recursos digitales del profesor Lluís Codina tiene un enfoque documental y es aplicable para este análisis debido a la naturaleza comunicacional y digital del objeto de estudio de caso. El análisis propuesto se enfoca en el estudio de la arquitectura de la información de los sitios web, por medio de indicadores basados en las teorías de los autores Rosenfeld y Morville que Codina incluye en su metodología (2000, pp. 2), tanto en aspectos de forma, como de contenido. Dentro de las motivaciones que establece este método de evaluación está una *“labor de selección que separe el ruido de la información”* (2000, pp. 7). Para este fin, Codina toman tres criterios que conceptualizan la evaluación: *La virtualidad* (cantidad vs. calidad de información),

Recuperabilidad (Estructuras de navegación y accesibilidad) y *Computabilidad* (disposición de recursos informáticos de la información) (2000, pp. 14).

De estos criterios se han desarrollado dos grandes indicadores de evaluación: El Contenido y la Autoría (2000, pp. 20).

El criterio de Contenido, a su vez, se bifurca en dos subcriterios: indicadores de calidad y factores de cantidad:

Indicadores de Calidad: Estos indicadores evalúan el rigor, actualización y edición con el que ha sido preparada la información. Como por ejemplo: fechas, autores, ausencia de errores ortográficos, juicios de valor gratuitos, etc.

Factores de Cantidad: Se evalúa la pertinencia y valor de la información almacenada en el sitio web, así como la cobertura relativa y dominio de interés de los recursos propuestos en el sitio web. Es decir, la cantidad de información útil.

El criterio de Autoría evalúa la solvencia del autor o institución que genera el contenido, es decir el respaldo curricular de los autores o de la institución que respalda a este contenido. Por otro lado se analiza la existencia de declaraciones explícitas de autoría es otro indicador de calidad, puesto que es necesario que se explique bien sobre quién se hace responsable la publicación. Y, finalmente, la esperanza de vida del recurso a analizar. Este indicador evalúa la fiabilidad del recurso, en cuanto su respaldo o patrocinio por parte de una empresa o una persona.

Procedimiento de Evaluación

Al tratarse de un método de evaluación cuantitativo, es importante construir un sistema de calificación que pueda adaptarse a la realidad del objeto de análisis. Es por ello que el manual de Lluís Codina recomienda seguir las siguientes recomendaciones:

Establecer un criterio de inclusión/exclusión por medio de los parámetros 1 (Calidad y volumen de información) y 2 (Autoría). Si no supera el umbral de estos dos parámetros, se desestima la evaluación.

Los cuatro primeros parámetros juzgan la calidad del recurso digital, no obstante, los demás parámetros son opcionales y pueden ser sujetos a cambios, dependiendo de los intereses de la evaluación. En el caso de este análisis, los indicadores de evaluación variables se han construido acorde a los criterios de Hipertextualidad, Multimedialidad, Interactividad e Inmediatez expuestos en el primer capítulo.

Posteriormente, el manual propone establecer un puntaje entre 0 a 2 por criterio, que en este caso será promediado para conocer la calificación del parámetro. Siendo 0 la

ausencia del parámetro o una realización totalmente insatisfactoria y 2 una satisfacción total. Esto se complementará con una descripción que justifique la calificación.

Se debe establecer una ficha de descripción del parámetro para identificar al recurso digital analizado. Esta ficha debe contener los siguientes: Título, Tipo de Recurso, Responsabilidad, Lugar, Editor y URL.

Parámetros de Evaluación

Los parámetros de evaluación están divididos en dos grandes apartados: micronavegación (Codina, 2000, pp. 25), que aborda aspectos relacionados con la navegación interna y macronavegación (Codina, 2000, pp. 28) que toma en cuenta el acoplamiento con el resto del entorno en internet.

En consideración de los elementos expuestos anteriormente, se propone la siguiente plantilla que articula a los indicadores y los factores de calidad. En algunos casos, el autor recomienda dividir en “Niveles” (Codina, 2000, pp. 20) para determinar si el recurso analizado llega a la suficiencia (cumple los primeros niveles) o llega a la excelencia (cumple todos los niveles). Para esta evaluación, los niveles básicos tendrán

CUADRO 1
INDICADORES Y FACTORES DE CALIDAD

	PARÁMETROS	INDICADORES / PREGUNTAS CLAVES
MICRONAVEGACIÓN	1. Calidad y volumen de información	<p>NIVEL 1</p> <p>a) <i>Interés intrínseco</i>: ¿Posee interés intrínseco?</p> <p>b) <i>Rigor</i>: ¿La información está tratada con cuidado y rigor?</p> <p>c) <i>Volumen</i>: ¿Posee un adecuado grado de cobertura?</p> <p>d) <i>Edición</i>: ¿La información ha recibido tratamiento editorial?</p> <p>NIVEL 2</p> <p>e) <i>Exhaustividad</i>: ¿Son completos o tienden a ser completos los datos?</p> <p>f) <i>Actualización</i>: ¿Se actualiza la información con frecuencia?</p> <p>NIVEL 3</p> <p>g) <i>Sistematización</i>: ¿Está tratada la información de manera sistemática, incluyendo aspectos no textuales o icónicos?</p> <p>h) <i>Originalidad</i>: ¿Presenta informaciones que, en alguna medida sean originales o exclusivas?</p>
	2. Autoría: responsabilidad y solvencia	<p>NIVEL 1</p> <p>a) ¿Contiene indicaciones claras y explícitas sobre la autoría y/o la responsabilidad intelectual del recurso?</p> <p>NIVEL 2</p> <p>b) ¿Existen indicios de que la web está creada, producida, realizada, etc., por un organismo o institución de reconocido prestigio en su campo?</p>

3. Legibilidad y ergonomía	<p>NIVEL 1</p> <p>a) ¿Existe una correcta relación entre figura y fondo que facilite la lectura de la información?</p> <p>b) ¿En el caso concreto de los textos, pueden leerse con facilidad, es decir, hay espacios en blanco repartidos regularmente, no hay un abuso de recursos tipográficos, adornos, etc.?</p> <p>NIVEL 2</p> <p>c) ¿Tiene la información textual una tipografía adecuada y son elegantes los elementos icónicos?</p> <p>NIVEL 3</p> <p>d) ¿Presenta la web, en general, un diseño elegante, funcional y atractivo?</p>
4. Navegación y representación de la información	<p>NIVEL 1</p> <p>a) ¿Posee la web un sumario general que representa su contenido global?</p> <p>b) ¿En caso de existir, es la primera sección de la web y puede verse la totalidad de los elementos del sumario sin necesidad de utilizar la barra de desplazamientos?</p> <p>c) ¿Posee el sumario principal un número reducido de elementos, de manera que es fácil captar su contenido global con un mínimo esfuerzo?</p> <p>d) ¿Es posible ir, con un solo clic, desde cualquier nodo, no importa a qué nivel de profundidad se encuentre, al sumario principal?</p> <p>NIVEL 2</p> <p>e) ¿Se ha evitado la existencia de nodos aislados, es decir, que no lleven al nodo principal o a otro nodo que lleve al nodo principal?</p> <p>f) ¿Es posible ir, con un solo clic, desde cualquier nodo, no importa a qué nivel de profundidad se encuentre, a cualquiera de las secciones principales de la web?</p> <p>g) Las secciones o nodos extensos, ¿poseen navegación local?</p> <p>h) ¿Es posible recorrer la totalidad de la web mediante desplazamientos sucesivos a través de su estructura?</p> <p>i) ¿Contiene la web enlaces entre nodos no relacionados jerárquicamente?</p> <p>NIVEL 3</p> <p>j) ¿Contiene la web algún tipo de índices, por ejemplo, temático, cronológico, alfabético, de nombres, etc., que complemente los otros elementos del sistema de navegación?</p> <p>k) ¿Mantiene la web un estilo informativo consistente: colores, iconos, tipos de menús, etc.?</p> <p>l) ¿El tipo de menús, etiquetas, iconos, etc., de la web es claro y uniforme y permite anticipar en cada momento el efecto de las acciones?</p> <p>m) ¿Es consistente el sistema de navegación tanto en cuanto a aspectos lógicos como al uso de etiquetas textuales y recursos icónicos, es decir, se usan siempre los mismos códigos textuales e icónicos para representar las mismas funciones, acciones o datos?</p>
5. Recuperabilidad	<p>a) ¿Proporciona servicios de recuperación de información, es decir, es posible ejecutar operaciones de búsqueda por palabras o frases?</p>
6. Interactividad / Computabilidad	<p>a) ¿Se pueden plantear preguntas, sugerencias o enviar mensajes al administrador de la web?</p> <p>b) ¿Se puede realizar alguna clase de actividades o transacciones?</p> <p>¿Existen otros servicios avanzados de interactividad?</p>
7. Velocidad de descarga	<p>c) ¿Ha sido rápida la descarga de la página o, por el contrario, la abundancia de elementos gráficos, programas, scripts, etc., han hecho excesivo el tiempo de descarga?</p>

	8. Servicios adicionales	a) ¿Proporciona algún servicio adicional, por ejemplo, permite descargar software o ficheros gráficos?
MACRONAVEGACIÓN	9. Luminosidad	a) ¿Contiene enlaces externos esta web? <i>La luminosidad de una web se refiere a la cantidad de enlaces que contiene hacia otras sedes web. Por tanto:</i>
	10. Cantidad de enlaces	a) ¿Existen indicios de que los enlaces han sido seleccionados y evaluados?
	11. Actualización de enlaces	a) ¿Están actualizados los enlaces de esta web?
	12. Visibilidad	a) ¿Existen otras sedes web que apuntan hacia ésta? <i>La visibilidad se mide por el número de otras webs que mantiene enlaces hacia la web objeto de análisis. La visibilidad también se denomina a veces popularidad.</i>

NIVEL 1: Aprobado / NIVEL 2: Notable / NIVEL 3: Excelente.

Fuente: 'Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea' (Codina, 2000, pp. 25-29)

Elaborado por: Diego Maldonado Herrera

3.2.2 Mapa de mediaciones

Para comprender los parámetros del ejercicio periodístico contracultural y tecnocultural evidenciados en el portal GkillCity.com, se plantea como metodología de análisis de la teoría del 'Mapa de Mediaciones' que propone Jesús Martín-Barbero en su libro "De los Medios a las Mediaciones".

Martín-Barbero lanza como postulado una nueva teoría sobre el ejercicio de los medios de comunicación como mediadores de la cultura. Esta teoría entiende a la comunicación como un proceso de significación dinámica y permanente, es decir se puede otorgar múltiples interpretaciones a la cultura de masas, desde los medios de comunicación. Así mismo, Barbero cuestiona el determinismo tecnológico y que centra la atención del desarrollo de la comunicación en su uso.

"Lo que busco en ese mapa es reconocer que los medios constituyen hoy espacios claves de condensación e intersección de múltiples redes de poder y de producción cultural, pero alertar al mismo tiempo contra el pensamiento único que legitima la idea de que la tecnología es hoy el "gran medidor" entre los pueblos y el mundo., cuando lo que la tecnología media hoy más intensa y aceleradamente es la transformación de la sociedad en mercado y de éste en principal agenciador de mundialización (en sus contrapuestos sentidos)." (Martín-Barbero, 2003, pp. xix)

El análisis propuesto por Martín-Barbero contempla el siguiente "Mapa de las Mediaciones":

IMAGEN 2
MAPA DE MEDIACIONES DE JESÚS MARTÍN BARBERO



Fuente: De los Medios a las Mediaciones (Martín-Barbero, 2003, pág. xvi)
Elaborado por: Diego Maldonado Herrera

Martín-Barbero plantea a la mediación como un proceso interactivo que atraviesa las relaciones constitutivas entre la comunicación, política y cultura. Estos tres ejes centrales en este proceso son fundamentales en una mediación, ya que a través de ellos se materializa todo el análisis. Este proceso graficado en el mapa de las mediaciones está compuesto por cuatro campos interrelacionados entre sí: Matrices Culturales (MC), Lógicas de Producción (LP), Formatos Industriales (FI) y Competencias de Recepción o Consumo (CR). A su vez, cada campo de análisis tiene una mediación: Entre MC y LP está la institucionalidad, entre LP y FI se halla la tecnicidad, entre FI y CR existe la ritualidad y, entre MC y CR está la socialidad. Barbero plantea cuatro relaciones a partir de este mapa:

Relación entre Matrices Culturales y Formatos Industriales: Las matrices culturales y los formatos industriales están mediados por la cultura de masas, es decir, las “modalidades de producción de lo público que agencian formas hegemónicas de comunicación”. En este campo, las matrices culturales se pueden entender como los conocimientos e imaginarios que configuran un pensamiento social. A su vez, los medios van acoplándose a estas matrices para institucionalizar géneros y programas que se

correspondan con las audiencias, así se van configurando en formatos industriales que adaptan sus discursos a las transformaciones tecnológicas y al capital. Por ejemplo, alguno de los FI presentes en internet y las nuevas tecnologías estaría mediado por una MC que establezca imaginarios de ‘lo nuevo’ o ‘lo inmediato’ alrededor del determinismo tecnológico. El FI se reafirma al evidenciar la adaptación de la sociedad a la cultura de la inmediatez que moldea el imaginario de los usuarios de internet y el ritmo de vida que llevan.

Martín-Barbero ejemplifica este campo con las telenovelas latinoamericanas que, con sus discursos representan los imaginarios burgueses (relaciones imposibles) y el melodrama en las relaciones sentimentales, dan sentido a una realidad que, por distintos procesos sociales e históricos, empata con los parámetros culturales de la sociedad latinoamericana

Doble relación entre Matrices Culturales con Competencias de Recepción y Lógicas de Producción

Estas relaciones están mediadas por la socialidad, en el caso de las CR y la institucionalidad en las LP. Martín-Barbero entiende a la mediación de la socialidad o sociabilidad como “el lugar de anclaje de la praxis comunicativa y el resultado de los modos y usos de la comunicación” (2003, pp. xviii), es decir, la negociación que existe entre los cambios de la sociedad y la cultura, por medio de una dinámica comunicacional. En la sociabilidad se toma en cuenta los valores culturales como el gusto, ideología, o los hábitos de una sociedad, enmarcadas en las MC para que puedan tender un puente a las CR de las audiencias. En otras palabras, adaptan el producto comunicacional a las audiencias y generan una lógica de consumo. El catedrático boliviano Eduardo Ruiz, en un análisis de la Teoría de las Mediaciones de Martín-Barbero, determina que: “La sociabilidad es esa instancia que aprueba o desaprueba las prácticas cotidianas de todos los sujetos. En esta instancia, la sociedad tiene oportunidad de aceptar, rechazar, negociar o resistir los cambios culturales dentro de una sociedad”

Por otra parte, la Institucionalidad, que media las MC y las LP se reconoce en las todas las entidades sociales que responden a una organización jerárquica. Desde estas instituciones se articulan y se negocian intereses que pujan por alcanzar legitimidad y poder. A su vez esto deviene en discursos que defienden manifestaciones culturales y modos de producción. Jesús Martín-Barbero es claro en reconocer que esta lucha de intereses y poderes contrapuestos afecta la regulación de discursos, tanto por parte del

Estado que busca mantener el orden social, como de los ciudadanos que buscan legitimar sus demandas y luchas por sus derechos.

Martín-Barbero reconoce la importancia de los discursos mediáticos en el proceso social y político, que se articula en las manifestaciones de la ciudadanía hacia el ámbito cultural y de reconocimiento de la institución:

“Si mirada desde la sociabilidad, la comunicación se revela cuestión de fines (...). Mirada desde la institucionalidad, la comunicación se convierte en cuestión de medios, esto es de producción de discursos públicos cuya hegemonía se halla hoy paradójicamente del lado de los intereses privados.” (Martín-Barbero, 2003, pp. xviii)

Relación entre las Lógicas de Producción y los Formatos Industriales

La tercera relación que propone Jesús Martín-Barbero se enfoca en la mediación de la tecnicidad. Por un lado las LP otorgan un sentido a la racionalidad productiva industrial, desde la cual se instrumentaliza el desarrollo tecnológico. No obstante, el autor enfatiza en que la tecnicidad no es solo desarrollo tecnológico: es menos de “aparatos” y más “operadores perceptivos y destrezas discursivas” (Martín-Barbero, 2003, pp. xix).

Por otro lado, Martín-Barbero es claro en que la tecnología, per se, no es el mediador de la cultura, sino que está vinculado directamente con un sentido mercantil, en virtud de la masificación de la cultura. Julián González amplía este planteamiento en el libro “Repensar el periodismo”. El autor otorga una lectura histórica de la lógica industrial de la producción informativa cuando apareció el “programa” como formato audiovisual. “Programa, en un sentido informático, es un principio organizador que permite ensamblar y producir contenidos diversos” (González, 2004, pp. 29)

El autor traslada la lógica del programa en televisión al de la prensa escrita y descubre un sentido mercantil en la producción, encarnado en las secciones de prensa, suplementos comerciales, revistas temáticas, todos ellos dentro de un solo producto editorial. El autor resalta que estas lógicas de producción mercantiles no dependen del formato, como el programa, ya que se corresponde a un efecto de sentido de diversos modos de producción culturales ya establecidos y consensuados. Luego reafirma su hipótesis con una cita de Martín-Barbero:

Estudiando semióticamente el formato nos da pista para percibir y comprender la intertextualidad y viscosidad de una comunicación regida por la tendencia a guiarse por el plano de la producción, por lo ya producido, y en el plano de la recepción, por lo ya gozado (...) Contrario a lo que postulaba ese modelo (el informacional) estamos en una comunicación en la que el emisor organiza el mensaje no a partir de la información a compartir, sino más bien a partir de las condiciones –situación, competencias, posibilidades, de recepción-. A esa dinámica de recepción, Mauro Wolf la denomina: estrategia de recepción (González, 2004, pp. 30)

Martín-Barbero plantea esta mediación sobre tres bases (2003, pág. xix):

- **Estructura empresarial:** en sus dimensiones económicas, ideológicas profesionales y rutinas productivas
- **Competencia comunicativa:** capacidad de interpelar / construir públicos, audiencias, consumidores
- **Competitividad tecnológica:** capacidad de innovación en los Formatos Industriales

La vinculación de los desarrollos tecnológicos en internet y los poderes económicos y políticos es evidente, en tanto y en cuanto estos grupos construyen consumidores de contenido cultural, gracias a la instrumentalización técnica de un producto comunicacional, como los medios digitales. Martín Barbero afirma lo siguiente:

Por su parte, lo que la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos -que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios: un nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. (Martín-Barbero, *Tecnicidades, identidades y alteridades*, s.f.)

Relación de los Formatos Industriales y Competencias de Recepción

Martín Barbero encuentra el sentido a las ritualidades desde los modos y hábitos de mirar y leer a los medios. Las ritualidades pueden entenderse desde dos visiones complementarias: desde los FI y desde las CR.

Los FI representan las formas y variedades que los medios optan por presentar un producto mediático a sus audiencias, encarnado en recursos como: programas, discursos, parrillas de programación, discursos, etcétera. Estos son mediados por las ritualidades, a través de unas “gramáticas de acción”, es decir, la tarea de mirar, leer y escuchar los mensajes. La ritualidad en este proceso consiste en la negociación de “reglas de juego” entre significación y situación por parte de los medios y los receptores. La significación, tanto desde los medios y sus productos, como desde el sentido pragmático que le dan los receptores a la acción de consumir el medio.

Por el lado de las CR, las ritualidades están enmarcadas en dos áreas: los usos sociales de los medios y los trayectos de lectura de las audiencias. Los usos sociales de los medios son el mecanismo por el cual se dota de sentido al acto comunicativo, desde una conceptualización barroca, lúdica, experimental, liberal, conservadora, etcétera, del uso de

los medios. Por otro lado, se establecen los trayectos de lectura que tienen que ver con el gusto y la estética de las audiencias. En este punto, pueden generar matices en la experiencia de ver o leer a los medios: los niveles y calidad de educación, la memoria étnica, de clase, de género, la convivencia con la cultura letrada, oral o audiovisual. (Martín-Barbero, 2003)

En el entorno digital, la ritualidad está marcada por algunos sentidos claves como la participación activa de las audiencias, la comunidad, la accesibilidad, entre otros usos sociales que se le otorgan al medio digital. Estos componentes se corresponden al ecosistema de convivencia entre medios digitales y comunidades que participan en estos medios. Tal como lo sugiere Jorge Luís Orihuela (Franco & Pellicer, 2014, pp. 72), existen funciones en una audiencia digital como: Publicar contenidos propios, Promover, valorar y compartir contenidos o participar en redes sociales. Todas estas actividades dan un sentido a la ritualidad en los medios digitales, más aun los medios digitales, más aun los que dependen exclusivamente de la red.

3.3 Análisis metodológico

3.3.1 Análisis por Evaluación de Publicaciones Digitales en Línea

CUADRO 2
FICHA DE DESCRIPCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL RECURSO DIGITAL	
Título	GkillCity.com
Tipo de recurso	Medio de Comunicación
Responsabilidad	José María León Cabrera/GkillCity
Lugar	Guayaquil
Editor	José María León Cabrera/ Isabela Ponce/Ernesto Yitux/Pablo Cozzaglio
URL	www.gkillcity.com
FECHA DE REVISIÓN	13 de julio de 2015

Fuente: (Codina, 2000, págs. 33-34)

Elaborado por Diego Maldonado Herrera

CUADRO 3
FICHA DE EVALUACIÓN

PARÁMETRO		INDICADOR	VALORACIÓN			CALIFICACIÓN
			0	1	2	
1	Calidad y volumen de la información	1a			X	15/16
		1b			X	
		1c			X	
		1d			X	
		1e		X		
		1f			X	
		1g			X	
		1h			X	
2	Autoría	2a			X	3/4
		2b		X		
3	Legibilidad y ergonomía	3a			X	8/8
		3b			X	
		3c			X	
		3d			X	
4	Navegación y representación de la información	4 ^a		X		20/26
		4b		X		
		4c			X	
		4d			X	
		4e			X	
		4f			X	
		4g		X		
		4h		X		
		4i		X		
		4j			X	
		4k			X	
		4l		X		
		4m			X	
5	Recuperabilidad	5a			X	1/1
6	Interactividad / Computabilidad	6a			X	6/6
		6b			X	
		6c			X	
7	Velocidad de descarga	7a		X		1/2
8	Servicios adicionales	8a	X			0/2
9	Luminosidad	9a			X	2/2
10	Calidad de los enlaces	10a			X	1/2
11	Actualización de enlaces	11a		X		1/2
12	Visibilidad	12a			X	2/2
TOTAL						62/92

Fuente: (Codina, 2000, págs. 25-29). Elaborado por: Diego Maldonado Herrera

Observaciones

1. Calidad y volumen de la Información: (15/16)

En el primer parámetro existe una satisfacción en 15 de los 16 criterios. El producto en análisis posee interés intrínseco debido a que tratan temas de coyuntura política, social, económica y cultural, dentro del Ecuador y fuera de él. Así mismo, existe rigor en el tratamiento del contenido, al evidenciarse una mención adecuada a otras fuentes con hipervínculos directos, además de presentar datos, estadísticas y, en algunos casos, otros recursos ilustrativos multimedia, sin mencionar un buen manejo ortográfico en general, así mismo son exhaustivos y originales en los productos presentados.

Respecto al parámetro del volumen, se evidencia alrededor de 10 nuevos *post* por semana y temáticas son variadas pero coherentes con las secciones, lo que revelan dominio de la información publicada.

El aspecto que es parcialmente satisfactorio es en la Sistematización, puesto que se muestra publicaciones en secciones que no están visibles en el directorio de secciones, por lo que se rompe parcialmente la estructura la página. No obstante, los artículos de estas secciones ocultas, en la mayoría de casos, si forman parte de las ediciones semanales. En otros casos, solo pueden ser recuperados con el buscador interno del portal

2. Autoría: responsabilidad y solvencia: (3/4)

El segundo parámetro solo tiene dos indicadores. El primero, relacionado con las indicaciones claras sobre autoría y responsabilidad intelectual es totalmente satisfactorio. Todos los artículos tienen firma, e incluso muchos ofrecen el contacto de los autores en redes sociales. El otro parámetro, de segundo nivel, el cuál observa si hay algún organismo o institución “de reconocido prestigio en su campo” (Codina, 2000, pp. 26) que produzca este sitio web, es parcialmente satisfactorio. Esto debido a que, además del perfil de los colaboradores, no se muestra una estructura institucional clara que avale el proyecto, no obstante, este rasgo es deliberado, puesto que el modelo de negocio del periodismo independiente, del cual se muestran adherentes, desestima vínculos con instituciones hegemónicas, sobre todo el Estado o grupos económicos y más bien propende a la autogestión..

3. Legibilidad y ergonomía: (7/8)

En este parámetro, el sitio web cumple con todos los indicadores de forma satisfactoria, a excepción del segundo indicador que es parcialmente satisfactorio. La relación del color blanco de fondo, frente a textos figuras de color negro, gris, celeste y

azul oscuro, permite una correcta legibilidad. No obstante, el color gris, en algunas partes se suele confundir con el color blanco de fondo (ver IMAGEN 3), limitando así la legibilidad. Además, se manejan un buen contraste entre fondos oscuros y textos claros y viceversa. En el aspecto estético, se manejan los colores celeste y naranja como principales.

IMAGEN 3 CAPTURA DE PANTALLA LEGIBILIDAD



Fuente: <http://www.gkillcity.com> Fecha de captura: (29/04/2015)

4. Navegación y representatividad: (20/26)

Este parámetro, siendo el más extenso, presenta 13 indicadores que estudian la estructura y el orden de la información almacenada. En los cuatro primeros aspectos básicos, relacionados con la existencia de “un sumario web” (Codina, 2000, pp. 27), es parcialmente satisfactorio, puesto que el menú principal que se presenta no agrupa a todo el contenido publicado en la página, esto se explica porque se hizo un cambio en el diseño de la plantilla de la página, y se migraron las secciones antiguas, pero no se contemplaron en el nuevo diseño.

En los cinco siguientes indicadores que estudian la eficacia de los nodos⁷, existe un sistema de hipervínculos internos que hacen posible llegar a la página principal desde cualquier lugar del sitio web, en este caso, está siempre presente el logotipo de la página que permite llegar a la página inicial. Así mismo existen conexiones transversales que conectan páginas de distintas secciones, así como un sistema de navegación para cada sección, algunas como por ejemplo “Medir el Mundo” (ver IMAGEN 4) incluso propone una dinámica hipertextual distinta al resto del sitio web que segmenta el texto en tarjetas

⁷ Nodo: Unidad que conecta uno o muchos documentos digitales e hipertextuales. Documento/Hiperdocumento. Recuperado de: <http://www.hipertexto.info/documentos/document.htm>

que responden preguntas claves, así brinda la posibilidad de “ampliar las posibilidades persuasivas” por medio de la retórica hipertextual, tal como sugiere Xosé López (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 386). No obstante, existen nodos aislados que no están ordenados jerárquicamente desde el menú, sino que reposan en secciones ocultas. Como por ejemplo el contenido de la sección “Galeta Gráfica” y “La Descarga”.

IMAGEN 4
CAPTURA DE PANTALLA DE SECCIÓN MEDIR EL MUNDO



Fuente: <http://www.gkillcity.com/ficheros/los-ataques-terroristas-kenia-son-mas-cien/que-sucede-kenia-y-que-147-estudiantes-fueron> Fecha de captura: (29/04/2015)
Elaborado por: Verónica Aumala

Finalmente, en el último nivel del parámetro que se refiere a criterios estéticos, cumple parcialmente con 1 de 4 indicadores, los demás cumplen satisfactoriamente. A pesar de que mantiene un estilo muy gráfico e interactivo en la mayoría de secciones, así como existen un buscador e índices tanto por secciones como por autores de las publicaciones, existen algunas inconsistencias, como por ejemplo, no existe una consistencia en cuanto a la estructura de la navegación en secciones como ‘*Dossiers*’, donde la mayoría de publicaciones están vacías.

5. Recuperabilidad

Este parámetro cumple satisfactoriamente, puesto que existe un buscador interno de frases o palabras (ver IMAGEN 5). Además, se puede clasificar cronológicamente los artículos por autor o por sección. Lo particular de GkillCity es que no depende de motores de búsqueda externos para encontrar su contenido. Así mismo, se evidencia que las un proceso de etiquetado y notas relacionadas.

IMAGEN 5

MOTOR DE BÚSQUEDA INTERNO EN GKILLCITY.COM



Fuente: <http://www.gkillcity.com/search/node/pol%C3%ADtica> Fecha de captura: (29/04/2015)

6. Interactividad / Computabilidad (5/6)

En este parámetro, es importante tomar en cuenta los aportes interactivos claves en medios digitales: los servicios que ofrece el portal, la producción informativa y el rol de los usuarios, tal como sugiere Martínez y Alonso en (Díaz Noci & Salaverría, 2003, pp. 282). En el primer indicador que estudia la posibilidad de plantear preguntas, sugerencias o mensajes, el resultado es satisfactorio. El medio digital, en cuanto al rol de los usuarios, ofrece una plataforma de discusión al final de cada una de sus publicaciones, por otro lado, ofrecen las direcciones de contacto en redes sociales de algunos los autores de las publicaciones, así como una dirección de contacto en un hipervínculo, sin dejar de mencionar las páginas en *Facebook* y *Twitter* y el boletín semanal enviado vía correo electrónico, todas estas plataformas son permanentemente actualizados. (Ver IMAGEN 6)

IMAGEN 5

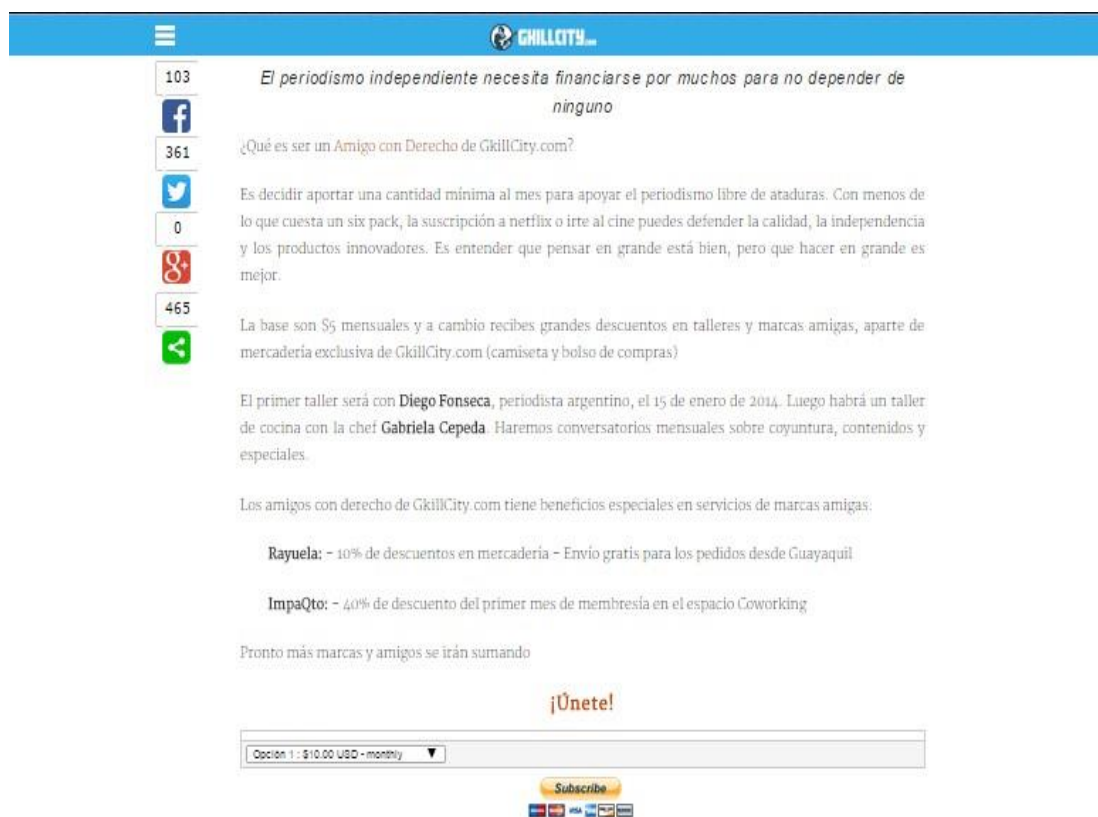
BOLETIN DE SUSCRIPTORES #201



Fuente: Correo electrónico recibido el 13 de abril de 2015. (Capturado el 29/04/2015)

El segundo indicador que se refieren a actividades y transacciones, es parcialmente satisfactorio. El modelo de negocio del sitio web presenta, además del contenido expuesto, una sección denominada ‘*Más que amigos*’ en la cual se solicita el apoyo de sus lectores para poder financiarse y “no depender de ninguno” (Captura de pantalla 5). El sistema de recolección de fondos o *micro crowdfunding* permite dar contribuciones económicas vía *PayPal*, un medio de pago en línea de tarjetas de crédito. Así mismo, ofrecen descuentos en marcas aliadas. No obstante, el sistema no funciona correctamente.

IMAGEN 6
SISTEMA DE MICRO CROWDFUNDING



Fuente: <http://www.gkillcity.com/articulos/mas-que-amigos/mas-que-amigos> Fecha de captura: (29/04/2015)

El tercer indicador que se refiere a servicios tecnológicos avanzados de interactividad es totalmente satisfactorio. Algunos contenidos de usuarios se le han adicionado sistemas innovadores de interactividad, por ejemplo en la publicación “Un debate de argumentos y no de insultos, señor Presidente” (ver IMAGEN 7) del colaborador Ramiro Ávila Santamaría, se presenta un sistema multimedia con un hipertexto auditivo para reproducir algunas respuestas cortas del Presidente, y luego ser analizadas, así mismo, en otros artículos hay inserciones de elementos interactivos como mapas, videos,

imágenes, audios, etc. No obstante, también existen otras formas de interactividad como un registro de usuario dentro de la página web y la posibilidad de compartir contenido de la página web y comentarios en redes sociales.

IMAGEN 7 ARTÍCULO INTERACTIVO

Una respuesta al Jefe de Estado sobre la propuesta de “enmiendas” constitucionales

El presidente del Ecuador ha hablado sobre mí y se ha referido a [algunos de mis argumentos](#) publicados en Gkillcity.com. [En esta entrevista en la Radio Pública](#), el 14 de julio de 2014 –en el contexto de una discusión sobre las enmiendas constitucionales–, ▶ Rafael Correa ha dicho, palabras más palabras menos, que yo tengo odio, animadversión al gobierno al punto que me obnubilo y pierdo cualquier perspectiva, que no tengo ▶ sangre en la cara, que soy un profesional del derecho que me presto a decir barbaridades que no resisten el menor argumento, que esas barbaridades son dichas ▶ para tratar de confundir, que miento, que trato de manipular a la ciudadanía, ▶ que vendo mi conciencia profesional, que soy un ▶ seudoprofesional del derecho que por defender mis intereses cualquier barbaridad hablo, que soy un politiquero disfrazado de seudoanalista ▶ que me opongo a todo. Yo, mientras lo oía, me preguntaba: “si estuviera presente, ¿qué le respondería?”. No replicaría a sus descalificaciones, pero sí intentaría responder a sus argumentos, bajo la premisa de que en un debate de altura hay que ser duros con las ideas y no con las personas. Como no puedo debatir personalmente, no me queda otra que hacerlo de este modo. Voy a recoger los argumentos del presidente dichos en esa entrevista y, como si estuviera con él, opinaré.

Fuente: <http://www.gkillcity.com/articulos/el-mirador-politico/debate-argumentos-y-no-insultos-senor-presidente> Fecha de captura: (29/04/2015)

7. Velocidad de descarga (1/2)

La velocidad de descarga es parcialmente satisfactoria. A pesar de haberse cambiado el diseño de la plantilla y que la mayoría de imágenes, sobre todo, cumplen con los estándares de uso de imágenes livianas, recomendados en manuales como “La guía definitiva para optimizar imágenes” (Román, 2015). Existen algunos problemas poco frecuentes por el peso de algunos archivos y complementos como imágenes o mapas que se exhiben en la interfaz de GkillCity.com. En conexiones de banda ancha es imperceptible la carga de imágenes pesadas, no obstante en dispositivos con conexiones limitadas como dispositivos móviles la experiencia distinta.

Con la intención de hacer un análisis más objetivo se cargó el artículo “Un espacio para la otra música” de Daniel Alejandro Maldonado (2015), en calidad de prueba, en tres dispositivos distintos, con el mismo explorador de internet: Google Chrome. Un teléfono con conexión 3G, una PC con conexión de banda ancha de 2.5 Mbps y una Tablet con la misma conexión. Tanto en la PC como en la Tablet, hubo un tiempo de 4 segundos en promedio cargar todo el artículo, mientras que en el teléfono móvil se demoró 15

segundos. Es decir, el peso del contenido si perjudicaría la experiencia del usuario en la interfaz de este artículo en particular.

Esto es fácilmente comprobable el momento en que se evidencia imágenes de alto pixelage, como por ejemplo en este artículo, en donde se encuentran imágenes que superan los 2 Mb de peso.

8. Servicios adicionales (0/2)

Este parámetro es insatisfactorio, no se ofrecen servicios adicionales de descargas o ficheros gráficos. Existe el proyecto Gkillcity Data que aún está en construcción y no hay ningún indicio público de que dicho proyecto avance, y el sistema de pagos de *Paypal*, mencionado anteriormente, no obstante, no funciona bien.

9. Luminosidad (2/2)

Este parámetro es satisfactorio puesto que en la gran mayoría de artículos existen enlaces hacia otras sedes web. Estos enlaces cumplen las funciones de citas a las fuentes o son ilustrativas

10. Calidad de los enlaces (2/2)

La calidad de los enlaces es totalmente satisfactoria, puesto que se nota que existe un esfuerzo en el uso adecuado de enlaces para otorgar “profundidad” del hipertexto, como lo recomienda Salaverría (2005, pp. 29). Por ejemplo, es común encontrar citas a la fuente de los artículos colgados.

11. Actualización de los enlaces (1/2)

La mayoría de los enlaces están actualizados, no obstante, existen problemas en algunas notas, sobre todo en las que se publicaron previas al rediseño del 2014. Por ejemplo, en la sección Dossiers, hay 3 enlaces que funcionan, los demás llevan a publicaciones vacías.

12. Visibilidad (2/2)

Este parámetro es satisfactorio puesto que el sitio está muy bien situado en buscadores y en las principales redes sociales. En el buscador de Google, se registran alrededor de 30300 resultados que responden al término ‘gkillcity’, hasta el 29 de abril de 2015 (ver IMAGEN 8). Y el primer resultado responde al sitio web, luego se presentan las redes sociales oficiales del sitio web y luego están artículos de prensa que lo refieren.

IMAGEN 8 BÚSQUEDA DEL TÉRMINO “GKILLCITY”



Fuente: <https://www.google.com/search?q=gkillcity> Fecha de captura: (29/04/2015)

Así mismo se contabilizan alrededor de 11.800 seguidores en la cuenta de Twitter '@gkillcitycom' (ver IMAGEN 9) y 21.200 seguidores en Facebook (ver IMAGEN 10) las dos cifras fueron registradas el 29 de abril de 2015.

IMAGEN 9 CUENTA DE TWITTER @GKILLCITYCOM



Fuente: <https://twitter.com/GkillCitycom> Fecha de captura: (29/04/2015)

IMAGEN 10
CUENTA DE FACEBOOK 'GKILLCITY'



Fuente: <https://www.facebook.com/gkillcitycom> Fecha de captura: (29/04/2015)

3.3.2 Análisis por el Mapa de Mediaciones

Para este análisis, se tratará de explicar las cuatro relaciones que propone Martín-Barbero en su texto, enmarcadas en sus cuatro mediaciones: institucionalidad, socialidad, tecnicidad y ritualidad. Estas cuatro relaciones se analizan con base en criterios que arroje una muestra temporal de la página y con información proporcionada por los editores del mismo medio. La muestra de este análisis son los últimos artículos publicados en la semana del 20 al 27 de abril del 2015. Además, se tomaron en cuenta las últimas publicaciones de secciones en las cuales no se publicaron en esa semana. El objeto de análisis queda definido así:

CUADRO 4
OBJETO DE ANÁLISIS ESCOGIDO

Fecha	Autor	Artículo
06/04/2015	Isabela Ponce	En Katmandú se juega con la comida (y a nadie le parece mala educación)
04/14/2015	Verónica Aumala	Los ataques terroristas en Kenia son más de cien
22/14/2015	Gabriela Tamariz	Iguazú bajo la luna
24/04/2015	Andrés Molina	Qué tiene que perder un niño que juega a ser un futbolista profesional
23/04/2015	Fernando Escobar	La historia se sienta en el trono de hierro
EDICIÓN DEL LUNES N° 200		
20/04/2015	Pablo Espinel	Singapur: De tercer al primer mundo en una generación
20/04/2015	Héctor Yépez	La propaganda perpetua
20/04/2015	Daniela Salazar	O estás con nosotros, o estás engañando

20/04/2015	Ronny Paredes	Los piratas que están salvando al mundo
20/04/2015	Carlos A. Noyola	Benjamin Grosser: “La vigilancia cambia quiénes somos y qué hacemos”
20/04/2015	Matthew Carpenter	La diversidad es riqueza

Fuente: www.gkillcity.com

Elaborado por: Diego Maldonado Herrera

Institucionalidad

Para el análisis de la institucionalidad, es importante entender cómo funciona la relación entre las matrices culturales y en las lógicas de producción en el estudio de caso.

GkillCity.com, como todo medio de comunicación, funciona a través de una matriz cultural preestablecida, que a su vez es producto de algunos procesos sociales políticos y tecnológicos que motivaron su creación y motivan su producción. Es importante encontrar rasgos culturales diferenciadores, en este caso los distintivos se connotan en su autodefinición: “liberal, digital y alternativa”, como discursos iniciales para entender la mediación de la institucionalidad. Así, mismo, existen lógicas de producción que articulan estas nociones con un sistema de jerarquías en el manejo editorial y administrativo.

El apego por lo alternativo y liberal de la comunicación es una de las particularidades que distingue a muchos medios de comunicación nativos de internet que, a diferencia de los medios tradicionales que buscan masificar sus audiencias heterogéneas, estos busca posicionarse dentro de una comunidad que comparte ciertos valores culturales, de edad, nivel socioeconómico y ciertas competencias. etc.

Otra de las aspiraciones del periodismo alternativo en internet es la independencia de poderes hegemónicos, en el caso de GkillCity.com, estatal y comercial, por el que el modelo de negocio no implica mayores costos y no necesariamente depende de grandes capitales para su funcionamiento. Manuel Castells señala que la dimensión cultural de internet se representa en una comunicación “horizontal, global y no controlable” (Castells, 2002), de allí que este espacio se configure a partir de estas nociones y se califique como “periodismo independiente” (León C, 2014)

En el ejercicio editorial, el panorama institucional es difuso porque depende, en muchos casos, de la visión que impriman de los colaboradores, que incluso pueden ser contrapuestas. Por ejemplo, en la Edición 185 del 5 de enero del 2015 se publicó un artículo escrito por Alfredo Mora Manzano denominado “Defensa posmoderna de la Revolución Cubana” que, como su nombre lo indica, defendía los valores políticos del sistema de la isla. A semana seguida, en la edición del 12 de enero del 2015, en el mismo espacio se publicó una réplica de Alejandro Rengel, titulado “La Revolución Cubana:

porque si hay un momento para acabar con ella, es ahora” que tuvo como objeto refutar a la artículo anterior.

La oposición de criterios dentro del mismo espacio, como sucede en GkillCity.com puede entenderse como una forma de hibridación cultural (García-Canclini, 2001) que pone en duda el purismo que ostenta la concepción de opinión, dado que, al relativizar la posición sobre un tema tan políticamente debatido en el mundo como la revolución cubana, se estaría propendiendo a una suerte de ambivalencia en la opinión, a costa de la identidad editorial que no tendría mucho asidero bajo una perspectiva esencialmente racional.

A pesar de que existen esas ambigüedades editoriales, existe una línea clara que defiende libertades ciudadanas y el dilema de la libertad de expresión en la prensa oficial y comercial, fenómeno acentuado por la polarización política que se ha generado a partir de la postura del gobierno de Rafael Correa frente a la prensa. En el caso de GkillCity.com, como lo explica su editor José María León Cabera, en una entrevista con el investigador Cristian León (2014) de la organización ‘Asuntos del Sur’, no se desaprueba la defensa de causas políticas o comerciales por medio del periodismo, “siempre y cuando sean claros y frontales en decirlo”, según comenta J.M. León. GkillCity.com, en palabras de su editor, defiende también causas políticas, pero no relacionado con el acceso al poder, sino como la lucha por las libertades ciudadanas: contra la creación de ciudadanías de segunda clase, Estado laico, no intervención de morales privadas en la esfera pública, etc.

Ya en el estudio de la muestra se puede evidenciar dos tendencias dominantes: La primera, una visión política que cuestiona a instituciones que ejercen injerencia social y cultural sobre los derechos y libertades ciudadanas: gobiernos, religión y entes de control. Esta línea crítica, en el caso del Ecuador se corresponde en contra del gobierno de turno, aunque esto no es una regla. Como por ejemplo, la publicación “O estás con nosotros o estas engañando” de Daniela Salazar (Ver ANEXO 9), una académica crítica al gobierno, muestra una serie de cuestionamientos hacia las actitudes del presidente Rafael Correa con las protestas en su contra, por parte de la ciudadanía. Es así que legitima a sectores como la prensa, en este caso al periodista Diego Oquendo en una entrevista en Radio Visión, cuando señala:

Oquendo ejerció su rol de manera ética y responsable al abordar un tema de interés público –cosa que cada vez menos medios de comunicación se permiten–, formular preguntas que fomentan el libre debate de ideas, y ofrecer espacio a voces diversas y plurales (Ver ANEXO 9)

Por otro lado, se maneja una visión más apegada hacia fenómenos sociales y culturales que concitan el interés mundial o tienen alguna relación o paralelismo con

fenómenos locales. Estos artículos no necesariamente marcan una línea crítica, pueden dejar alguna reflexión en el ámbito, social, político, económico o cultural.

En este caso, se puede evidenciar en el artículo “Los piratas que están salvando al mundo” de Ronny Paredes, quien parte del fenómeno de las descargas ilegales de contenido en internet para cuestionar el sistema de derechos de autor y aboga a favor de la cultura libre. Toma referencias de descargas en países como Estados Unidos y la situación en el Ecuador.

Fuera del ámbito editorial, también existen rasgos institucionales importantes que articulan las lógicas de producción. Gkillciy.com, mantiene un discurso adverso al mercantilismo, no obstante, se ve en la necesidad de depender de los recursos del mercado y propone algunas estrategias de sustentabilidad, algunas muy propias de los medios digitales. Tal como lo menciona Marta Franco y Miquel Pellicer: “los modelos económicos de las empresas de contenidos se vuelven insostenibles al mismo tiempo que internet se vuelve una gran ventana de posibilidades en un contexto de nueva economía” (Franco & Pellicer, 2014). García-Canclini (2001) coincide sustenta esa estrategia en el marco de los procesos de hibridación cultural, recurrente en este análisis. Una vez más, se evidenciaría una contradicción entre la lógica de producción que niega las lógicas mercantiles de los medios de comunicación tradicionales, pero dependen de el mercado para poder sostenerse. Esta acción se puede enmarcar en un sostenimiento cultural a partir de una economía vinculada al desarrollo tecnológico.

Algunas de estas estrategias económicas no tradicionales de este medio son: el *microcrowdfunding* o financiamiento masivo, servicios editoriales y ventas de producciones audiovisuales, como fue el caso de “La Descarga” que fue vendida una temporada a Teleamazonas. Por otro lado, parte de su financiamiento depende de “marcas amigas” que pautan espacios publicitarios, como lo menciona su editora adjunta (Ponce Ycaza, 2015). Estas marcas deben compartir su matriz cultural. Uno de sus auspiciantes más importantes es Impacto Quito. Esta empresa comparte valores con GkillCity.com, en la visión de internet como fuente de emprendimiento digital y su uso social.

Por otro lado, también se relacionan institucionalmente con organizaciones de apoyo a emprendimientos digitales y medios con modelos de periodismo independiente similares, alrededor del mundo. Se puede mencionar a portales como: Mic.com (Estado Unidos), ElCambur.com.ve (Venezuela), elmeme.me (Argentina).

Socialidad

La segunda relación que Martín-Barbero sugiere en su Mapa de Mediaciones pasa por la mediación de la socialidad o sociabilidad. Esta relación reconoce las estrategias que tiene el medio para acercarse a su público y encontrar modos de retroalimentación. Esta mediación depende de la matriz cultural en la que se ubican el medio y las audiencias y las competencias de recepción de estas últimas.

Una de las prioridades de los medios de comunicación es corresponderse culturalmente hacia sus audiencias y conocer las construcciones simbólicas que generan en los públicos. Para este fin, es importante delimitar las audiencias. En el caso de GkillCity.com existe un criterio sobre el perfil del lector del portal. Isabela Ponce (2015) explica que el público que consume este medio está entre los 20 y 40 años, el 70 % lo ve desde la oficina, la mayor parte de las visitas se ubican en Quito o Guayaquil y los ingresos del lector están entre 1500 y 4000 dólares. Estos datos brindan una idea de las condiciones culturales y socioeconómicas de las audiencias. En este caso el lector promedio consume el medio desde la oficina, gracias al generalizado acceso a internet que existe en estos espacios de trabajo, se sitúa en las grandes urbes (Quito y Guayaquil), dado que en estas zonas existe mayor penetración de internet, y el nivel de ingresos se corresponden a un estrato social medio-alto, tomando en cuenta que el salario básico es de 354 dólares.

Otro de los aspectos que delimitan la socialidad es la dimensión cultural del internet, en la que se sitúa el medio. Al ser un medio nativo digital con una versión digital única, su audiencia esta exclusivamente en el ciberespacio y está inmersa en esta dinámica cultural, lo que también configura una matriz cultural alrededor de la Sociedad del Conocimiento, como lo afirma Manuel Castells (Castells, 2002, pp. 2).

Internet, como todo espacio social, también implica capas culturales. En el caso de GkillCity.com, las audiencias se identifican entre algunas capas culturales en internet. En el caso de GkillCity.com, existe una hibridación de las capas culturales (García-Canclini, 2001), dado que se presentan tanto “hackers”, como empresarios de la innovación, pasando por las culturas alternativas. Prueba de ello es la variedad temática que se presenta, no obstante, existe un criterio tecnocrático para acceder a los puestos de generación de contenido, mediado por la institucionalidad del medio. Se valora la experticia de los colaboradores en los temas que se tratan, esto como una política de calidad, como lo afirma Isabela Ponce (2015). Esto descarta definitivamente el criterio incluyente de una audiencia

heterogénea, como se plantea en internet, sino más bien se efectúa una “balcanización del espacio virtual” como lo sugiere Morley (2008, pp. 177).

Tecnicidad

La mediación de la tecnicidad ha sufrido algunos cambios en su estructura, desde la racionalidad industrial que se enmarca en la lógica de producción, así como las “estrategias de recepción”, de Mauro Wolf que toma en cuenta las posibilidades de recepción para formular los formatos industriales.

GkillCity.com, como medio de comunicación digital, está ligado a las dinámicas técnicas que le ofrece la plataforma que lo aloja. En este aspecto, el medio ha sufrido una transformación neurálgica, luego de su participación en la aceleradora de medios, Media Factory y la inyección financiera y en capacitación recibida, en el año 2014. Los cambios han trascendido a la Estructura empresarial, competencia comunicativa y competitividad tecnológica, tal como lo determina Martín-Barbero (2003, pp. xix).

En la estructura empresarial, es importante develar las rutinas de trabajo que plantea el medio. GkillCity.com previo a Media Factory, únicamente se publicaba una edición semanal, los días lunes, ahora se publican 6 artículos los lunes y una o dos publicaciones todos los días, según comenta su directora adjunta (Ponce Ycaza, 2015). Así mismo, es evidente que ha sufrido una renovación en cuanto a la interfaz, para propender a la calidad. Esto se pudo comprobar con la Evaluación de Recursos Digitales que arrojó un resultado mayoritariamente favorable en la mayoría de ítems analizados.

Otro de los aspectos empresariales fue la ampliación en el tratamiento de temas. En un inicio se trataba exclusivamente temas políticos y de derechos ciudadanos, luego del cambio en 2014, se ampliaron las secciones a nuevos temas como gastronomía (Come y Bebe), turismo (Punto de Partida) y análisis internacionales (Medir el Mundo).

Sobre la competencia comunicativa, es importante resaltar la propuesta de periodismo narrativo, en la que se articula el ejercicio periodístico de GkillCity.com. La muestra escogida para este análisis se determina que existe una preferencia por los géneros interpretativos (reportaje y crónica) y argumentativos (opinión), no obstante, existe otros géneros dialógicos como la publicación “Benjamin Grosser: “La vigilancia cambia quiénes somos y qué hacemos” y otras entrevistas en formatos audiovisuales, como las entrevistas a los candidatos a elecciones del 2013 y 2014. No se contemplan géneros informativos con criterios de inmediatez. “No somos *Breaking News*”, sentencia la directora adjunta (Ponce Ycaza, 2015).

CUADRO 4
GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN GKILLCITY.COM

Autor	Artículo	Género
Isabela Ponce	En Katmandú se juega con la comida (y a nadie le parece mala educación)	Crónica
Verónica Aumala	Los ataques terroristas en Kenia son más de cien	Reportaje
Gabriela Tamariz	Iguazú bajo la luna	Reportaje
Andrés Molina	Qué tiene que perder un niño que juega a ser un futbolista profesional	Reportaje
Fernando Escobar	La historia se sienta en el trono de hierro	Opinión
EDICIÓN DEL LUNES N° 200		
Pablo Espinel	Singapur: De tercer a primer mundo en una generación	Reportaje
Héctor Yépez	La propaganda perpetua	Opinión
Daniela Salazar	O estás con nosotros, o estás engañando	Opinión
Ronny Paredes	Los piratas que están salvando al mundo	Reportaje
Carlos A. Noyola	Benjamin Grosser: “La vigilancia cambia quiénes somos y qué hacemos”	Entrevista
Matthew Carpenter	La diversidad es riqueza	Crónica

Fuente: www.gkillcity.com

Elaborado por: Diego Maldonado Herrera.

En cuanto a la competitividad tecnológica, existe una rigurosidad en el uso de recursos interactivos. Según menciona la editora adjunta (Ponce Ycaza, 2015), siempre se integra el apoyo de recursos multimedia en las planificaciones temáticas. Esto se puede evidenciar en la Evaluación de Recursos Digitales que determinó que existe una satisfacción máxima en 5 de los 6 parámetros propuestos para evaluar la calidad en Interactividad y Computabilidad.

Ritualidad

Para entender el fenómeno de la ritualidad en GkillCity.com, es importante entender el funcionamiento de los formatos industriales que están representados con la selección de temas y los géneros periodísticos tratados. Por el lado de las audiencias la ritualidad va representada por el uso que las audiencias dan al contenido.

Dentro del proceso de consumo de contenido en GkillCity.com, es importante tomar en cuenta el impacto que generan los discursos en las masas. Una de las formas de medir eso es mediante la participación de las audiencias en redes sociales y otros espacios de interacción. Siendo Facebook, la red social donde más seguidores tiene el medio, se

plantea la siguiente comparación en los post publicados de la muestra, hasta el miércoles 13 de mayo de 2015.

CUADRO 5
INTERACCIÓN EN CUETNA DE FACEBOOK DE GKILLCITY

Publicación	Me Gusta	Comentarios	Compartido
Edición 200	75	1	3
Los ataques terroristas en Kenia son más de cien	2	0	0
La propaganda perpetua	92	20	31
O estás con nosotros, o estás engañando	256	38	122
Los piratas que están salvando al mundo	3	0	1
La historia se sienta en el trono de hierro	11	1	0

Fuente: www.facebook.com/gkillcitycom

Elaborado por: Diego Maldonado.

Este cuadro muestra que existe una preferencia por los productos periodísticos de temática política-gubernamental, los artículos “La propaganda perpetua” y “O estas con nosotros, o estás engañando” que aluden directamente al gobierno de turno, generan mayor interactividad en: botones “Me Gusta”, comentarios y compartidos. La diferencia es notoria con publicaciones de temas de actualidad internacional o de cultura, que alcanzan poca interactividad, otros, inclusive, ni se los toma en cuenta para compartirlos en redes sociales.

Este criterio es compartido por la directora adjunta del proyecto, Isabela Ponce, quien afirma que existe una preferencia por lo “temas duros”, como la política, más que los temas “light” como cultura o gastronomía. Explica que, en época de elecciones han alcanzado sus mayores records en lectura (Ponce Ycaza, 2015). Por otro lado, José María León Cabrera, en una conferencia denominada “Nunca más títulos como este” (2014), también sugiere una clave en esta preferencia: la interactividad. El editor toma como referencia el artículo “Un debate de argumentos y no de insultos, señor Presidente”, citado en el estudio de la Evaluación de Publicaciones en Línea, y concluye que, a pesar de ser un tema discursivamente complejo, resulta atractivo por los recursos interactivos que se presenta. Prueba de ello es que fue la lectura bordea los 8000 compartidos y los 3800 “Me Gusta” en Facebook.

Respecto a los usos sociales del medio y trayectos de lectura de las audiencias, es importante mencionar la perspectiva del medio. Tal como Pierre Bourdieu explicaba: “la posible sustitución del modelo de periodismo vigente y la reorganización de los medios de comunicación de masas encuentran un campo fértil para germinar, ya que la expansión del

internet entre la población coincide con un momento de profunda crítica al periodismo” (Cardoso, 2008, pp. 215). Entonces, el determinismo tecnológico respecto a que la tecnología, *per sé*, puede mejorar a la calidad del periodismo, tiende a ser una falsa expectativa. Sobre esta misma línea, GkillCity.com plantea una concepción más radical sobre la definición de Periodismo Digital. Según José María León, (León C, 2014), editor del medio, es errado que el contenido periodístico deba mermar su calidad para adaptarse a las audiencias en internet, es decir, deba caer en el simplismo. Por el contrario, la propuesta del medio se basa en la escuela de periodismo narrativo, que se desarrolla desde García Márquez, que valora formatos como la crónica, el perfil y los materiales audiovisuales. “Alguien que sigue narrando como un periodista de 1920 no es que tiene un problema con el periodismo digital, tiene un problema con el oficio”, apunta León.

CONCLUSIONES

Esta investigación estuvo guiada por el objetivo principal de determinar las características del periodismo ciudadano y contracultural en el cibermedio GkillCity.com. Tanto la definición del periodismo ciudadano y de contracultura nacieron de los gestores de este proyecto que, por su naturaleza experimental, ha sufrido algunas transformaciones con el tiempo en su arquitectura de la información como en la gestión de contenidos. Por tal motivo, es importante reconocer estas conclusiones, con referencia en la última versión de este medio.

El primer análisis que consistió en develar la calidad y efectividad de la arquitectura de la información, por medio de la Evaluación de Recursos Digitales del profesor Lluís Codina, tuvo el objetivo de demostrar si las particularidades de la plataforma del medio lo podían identificar como un “medio digital”, tal como reza su autodefinition y cómo se conceptualizó en el primer capítulo de este trabajo.

Se pudo concluir que, efectivamente cumple satisfactoriamente con los parámetros básicos de calidad, sobre todo en el uso de recursos digitales: interactivos, multimedia e hipertextuales, características básicas que diferencian a un medio tradicional de un medio digital. Sobre la interactividad, se pudo concluir que se dispone de recursos que permiten la participación activa de las audiencias y comunidades involucradas con el medio como espacios para comentar, contactos en redes sociales. Por otro lado, si bien no existen recursos multimedia en todas sus notas, si se dispone de un interés permanente por el uso de videos, mapas, audios, etcétera, que le brindan dinamismo al texto. Este dinamismo se complementa con un uso estricto de hipertextos, en todos los artículos analizados, en función de fomentar una retórica digital.

El segundo análisis, referente a los valores culturales del medio, alrededor del periodismo ciudadano y la contracultura, arrojó otras conclusiones importantes que responden al objetivo de esta investigación. Se puede determinar, de acuerdo a la muestra correspondiente de la semana del 20 al 27 de abril y otros recursos como entrevistas y notas de prensa.

El portal en análisis se identifica parcialmente con los valores del periodismo ciudadano propuestos por Dan Gillmor.

Por un lado se identifica a la crítica el modelo de negocio y el manejo hegemónico de la opinión de los medios de comunicación tradicionales, cuya intermediación se pone en duda por la defensa de agendas del poder económico o político. Esto es uno de los cánones

del medio que los editores del medio, han demostrado, con un manejo equilibrado de los análisis y la crítica, sobre todo en temas de coyuntura política. Por otro lado, también existe un apego hacia la plataforma como herramienta de descentralización de los contenidos tradicionales, hacia visiones alternativas y la estructura del medio y su modelo de negocio es mayoritariamente colaborativa.

No obstante, no puede considerarse periodismo ciudadano en tanto y en cuanto existe una política editorial permanente en la selección de temas y colaboradores que no permite una utópica horizontalidad en la participación abierta de las audiencias en la formulación de las agendas, como sí perseguiría el periodismo ciudadano. Por otro lado, si bien existe visiones alternativas, es recurrente que los colaboradores sean personas especializadas en determinados temas, lo que primaría “la voz autorizada” frente a la voz del “ciudadano de a pie”, una práctica que respondería con mayor fuerza a un ejercicio periodístico tradicionalista. Por otro lado, existe un modelo de negocio que no descarta una injerencia comercial, si bien, las relaciones comerciales del medio se manifiestan con instituciones que comparten sus valores activistas, esto puede generar una intermediación comercial y un conflicto de intereses.

En cuanto a los rasgos contraculturales, el análisis concluye que GkillCity.com, tiene una postura alternativa y culturalmente híbrida, más no contracultural. La diferencia radica en la visión determinista que se manejan en las dimensiones culturales del internet, del cual el portal es indirectamente partícipe.

A favor de la contracultura se puede argumentar un apego hacia la reivindicación de valores como la independencia, muy propia del ámbito cultural del internet, y una permanente agenda liberal que busca romper esquemas culturales en temas como la despenalización de las drogas o los derechos de las minorías sexuales. Por otro lado también hay una evidente oposición hacia el *statu quo* y el poder que ostentan los medios de comunicación en la generación de opinión y la banalización de los contenidos periodísticos.

Entre las evidencias que descartan al objeto de análisis de la contracultura y que lo institucionalizan como alternativo es que, sus lógicas de producción también están incorporadas hacia un mercado –Internet- que reproduce las mismas técnicas de producción y consumo de contenido, es decir, se incorporan y racionalizan las rutinas establecidas por el en mercado de usuarios de internet que, además, son una valor importante en un modelo de negocio basado en la reputación. De esta manera se descarta

una negación al racionalismo en cuanto al sistema aupado por el mercado. La diferencia radica en la oferta y las audiencias que, encuentran como valor agregado una estética y un tratamiento alternativo del contenido.

Finalmente, es importante mencionar que muchas de las particularidades de este medio son coherentes con un proceso de hibridación cultural, evidente en la propuesta del medio, respecto a sus lógicas de producción y consumo de contenido. Puesto que, por el mismo afán diferenciador de la cultura oficial que ostenta, se tiende a relativizar la identidad alternativa y contestataria, para incorporarse a un entorno globalizante y glocalizante, como es el Internet, que los reinserta en unas nuevas condiciones de mercado. Así mismo, y en concordancia a este entorno cultural, el cibermedio se ve obligado a reconvertir una propuesta para apropiarse de culturas que presentan asimetrías entre sí.

BIBLIOGRAFÍA

- Aulestia, A. (2013). *El Periodismo Gonzo como Contracultura*. Quito: Tesis de pregrado, PUCE.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio: Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticia y la información*. The American Press Institute.
- Cardoso, G. (2008). *Los Medios de Comunicación en la Sociedad en Red*. Barcelona: UOC.
- Castells, M. (2002, junio). *La dimensión cultural de Internet*. Recuperado de <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html> Acceso: (13 de abril de 2015)
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chua, Tat-Seng; Juanzi, Li y Moens, Marie-Francine (2014). *Mining user generated content*. Chapman and Hall/CRC.
- Codina, L. (2000). *Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos*. Recuperado de <http://www.lluiscodina.com/metodo-talleres/> Acceso: (10 de febrero de 2015)
- Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Edo, C. (2002). *Del papel a la pantalla: la prensa en Internet*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Edo, C. (2009). *Periodismo Informativo e Interpretativo*. México D.F.: Alfaomega Grupo Editor.
- elTINTERO. (2013). *5 razones por las que el 'periodismo ciudadano' no existe*. El Tintero. Recuperado de <https://eltinterovalladolid.wordpress.com/2013/10/07/5-razones-por-las-que-el-periodismo-ciudadano-no-existe/> Acceso: (13 de enero de 2015)
- Escuela de Datos. (2014, 27 de febrero) *GkillCityData: el dato político*. School of Data. Recuperado de <http://es.schoolofdata.org/2014/02/27/gkillcitydata-el-dato-politico/> Acceso: (14 de marzo de 2014)
- Espiritusanto, O. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Editorial Ariel S.A.
- Expresiones. (2013, 6 de febrero). *'Criticar por criticar es deporte nacional'*. Expreso. Recuperado de <http://www.expreso.ec/expreso/default.aspx?idcat=38269&tipo=8>. Acceso: (25 de enero de 2015)
- Fierro, L. A. (1995). *Presencia del Ecuador en el Internet*. Recuperado de <http://pioneros.comunica.org/?p=246> Acceso: (8 de diciembre de 2014)
- Franco, M., & Pellicer, M. (2014). *Optimismo para periodistas Claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital*. Barcelona: Editorial UOC.
- García-Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Editorial Paidós

- Gkill City. (2014, 1 de septiembre). "Nunca más títulos como este" - keynote GkillCity.com. Youtube.com. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=FwHQO_rNHmc
- Gkill City. (2014, 11 de noviembre). *Queremos ser Más que Amigos*. Youtube.com. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=IwxM6ahsM_s
- GkillCity.com. (s.f). *¿Qué es gkillcity?*. Recuperado de <http://www.gkillcity.com/pagina/que-es-gkillcity> Acceso: (8 de diciembre de 2014)
- González, J. (2004). *Repensar el Periodismo*. Cali: Litocencia.
- Herrera, B. (2006). *Cultura y Contracultura: observaciones periféricas*. Revista Realidad.
- INEC, I. N. (2013). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013*. ecuadorencifras.gob.ec. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf Acceso: (8 de diciembre de 2014)
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0 La teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización*. Barcelona: Editorial Paidós.
- León, José María. (2012, 9 de enero). *La Crónica del Barrio*. GkillCity.com. Gkillcity.com. Recuperado de <http://www.gkillcity.com/articulos/la-cronica-del-barrio/la-cronica-del-barrio> Acceso: (9 de marzo de 2015)
- León, Cristian. (2014, 23 de octubre). *Entrevista a José María León (GkillCity)*. Youtube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VzNOqVoGWws>
- López García, G. (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- López, X. (2002, septiembre). *Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información*. Recuperado de <http://congreso.us.es/grehcco/ambitos07-08/xose.pdf> Acceso: (9 de febrero de 2015)
- López García, X. (2010). *La metamorfosis del periodismo*. Zamora (España): Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Maldonado, J. (2015, junio). *Un espacio para la otra música*. GkillCity.com. Recuperado de <http://www.gkillcity.com/articulos/punto-partida/espacio-la-otra-musica>
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá D.C.: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Martín-Barbero, J. (s.f.). *Tecnicidades, identidades y alteridades. Dialogos de la comunicación*. Recuperado de http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero1.pdf Acceso: (15 de enero de 2015)
- Marcuse, Hebert. (1993). *El Hombre Unidimensional*. Barcelona: Editorial Ariel
- Mattelart, A. (2007). *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Moreno, M. (2012, 28 de agosto). "El futuro del periodismo tiene que ver con la capacidad de reinventarse". Recuperado de <http://www.trecebits.com/2012/08/28/el->

[futuro-del-periodismo-tiene-que-ver-con-la-capacidad-de-reinventarse/](#) Acceso: (15 de febrero de 2015)

Morley, D. (2008). *Medios, modernidad y tecnología*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Orihuela, J. (2009, septiembre 15). *Qué son los blogs y cómo dejar de confundirlos con otra cosa*. eCuaderno. Recuperado de <http://www.ecuaderno.com/2009/09/15/que-son-los-blogs-y-como-dejar-de-confundirlos-con-otra-cosa/> Acceso: (3 de marzo de 2015)

Parra Valcarce, D., & Álvarez Marcos, J. (2004). *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.

Pereira, J. M., & Villadiego, M. (2005). *Tecnocultura y Comunicación*. Bogotá D.C.: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

PeriodismoCiudadano.com. (2007, mayo 6). "Periodismo Ciudadano: Yu-Jin Chang". Recuperado de <http://www.periodismociudadano.com/2007/05/06/periodismo-ciudadano-yu-jin-chang/> Acceso: (25 de abril de 2015)

PlanV. (2014, 6 de octubre). *El nuevo periodismo ecuatoriano es digital*. Recuperado de <http://www.planv.com.ec/culturas/tendencias/el-nuevo-periodismo-ecuatoriano-digital/pagina/0/1> Acceso: (14 de marzo de 2015)

Ponce Ycaza, I. (2015, 6 de mayo). *El funcionamiento de GkillCity*. (D. Maldonado, Entrevistador)

Racionero, L. (1977). *Filosofías del Underground*. Barcelona: Anagrama.

Rivera Costales, J. (2013, marzo). *Mapa de medios digitales del Ecuador 2012*. Repositorio Digital Ciespal. Recuperado de <http://dspace.ciespal.net:8080/bitstream/123456789/537/2/CIESPAL%20Jos%C3%A9%20Alberto%20Rivera%20Costales.pdf> Acceso: (14 de diciembre de 2014)

Román, J. (2013, 21 de enero). *La guía definitiva para optimizar imágenes*. Emezeta.com. Recuperado de <http://www.emezeta.com/articulos/la-guia-definitiva-para-optimizar-imagenes> Acceso: (11 de julio de 2015)

Rost, A. (2006, enero). *La interactividad en el periódico digital*. (Tesis Doctoral Universitat Autònoma de Barcelona) Recuperado de <http://red-accion.uncoma.edu.ar/Libros/Lainteractividad.pdf> Acceso: (14 de enero de 2015)

Roszak, T. (1970). *El Nacimiento de una contracultura*. Barcelona: Editorial Kairos S.A.

Salaverría, R. (2005). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones Y Publicaciones.

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Navarra : Eunsal.

Semana. (2012, 18 de marzo). *Xavier Flores: Usemos más la 'bici' y dejemos prejuicios*. Expreso. Recuperado de <http://semana.expreso.ec/ediciones/2012/03/18/gente/gente/xavier-flores-usemos-mas-la-bici-y-dejemos-los-prejuicios/> Acceso: (25 de enero de 2015)

Sempere, P. (2007). *McLuhan en la era de Google*. Madrid: Popular.

Wolfe, T. (1998). *El Nuevo Periodismo*. Barcelona: Anagrama S.A.

Zavaleta, J. L. (2009). *Filosofía y Contracultura*. Quaderns de filosofia i ciència, 73-82.

ANEXOS

TABLA DE CONTENIDOS

Anexo 1: Entrevista a Isabela Ponce	1
Anexo 2-12: Publicaciones analizadas.....	4-48

ANEXO	Autor	Artículo	Pág.
2	Isabela Ponce	En Katmandú se juega con la comida (y a nadie le parece mala educación)	4
3	Verónica Aumala	Los ataques terroristas en Kenia son más de cien	8
4	Gabriela Tamariz	Iguazú bajo la luna	13
5	Andrés Molina	Qué tiene que perder un niño que juega a ser un futbolista profesional	16
6	Fernando Escobar	La historia se sienta en el trono de hierro	19
EDICIÓN DEL LUNES N° 200			
7	Pablo Espinel	Singapur: De tercer a primer mundo en una generación	22
8	Héctor Yépez	La propaganda perpetua	25
9	Daniela Salazar	O estás con nosotros, o estás engañando	27
10	Ronny Paredes	Los piratas que están salvando al mundo	32
11	Carlos A. Noyola	Benjamin Grosser: “La vigilancia cambia quiénes somos y qué hacemos”	42
12	Matthew Carpenter	La diversidad es riqueza	48

ANEXO 1

Ponce Ycaza, I. (6 de Mayo de 2015). El funcionamiento de Gkillcity. (D. Maldonado, Entrevistador)

Entrevista a Isabela Ponce / Directora Adjunta de Gkillcity.com

6 de mayo de 2015

¿De qué forma el modelo de periodismo de Gkillcity garantiza la independiencia de poderes económicos y políticos?

No debo decirlo, los contenidos lo dicen todo. Durante estos cuatro años nosotros no hemos tenido a nivel político económico. La parte política lo puedes ver si revisas los contenidos y ves que no hacemos favores o tenemos preferencias por un partido u otro. Somos igual de críticos y cuestionadores con el Alcalde de Quito, con el Alcalde de Guayaquil, con el Presidente. En el tema económico tampoco, no estamos relacionados con una empresa, no somos dos empresarios, los principales somos dos periodistas que quieren contar historias. Lo que hemos hecho últimamente es buscar ese potencial del poder económico pero para poder financiar, buscar marcas que compartan nuestros valores, así surgen estas formas de financiamiento de buscar auspicios. Pero nunca caemos en esa lógica de ser manipulados o que un poder político o económico vaya a condicionar una publicación, eso nunca ha pasado ni va a pasar.

¿Además de los parámetros temáticos de las secciones, con qué criterio editorial seleccionan a su contenido, colaboradores y publicidad?

El criterio editorial es la calidad. Los temas vienen de dos lados: los que los colaboradores los proponen o nosotros los sugerimos.

El proceso antes de escribir es largo, discutimos para que el eje sea realmente innovador. No somos 'Breaking News'. Cada selección tiene su criterio distinto. Todo lo que publicamos tiene que estar respaldado y verificado.

La idea es que los colaboradores estén especializados en el área en la que vayan a hablar. Si es un tema sobre minorías sexuales vamos a escoger a Silvia Buendía o Verónica Potes, gente que sabe mucho del tema, que no solamente va a opinar sino que va a opinar con una base de conocimiento bastante amplia y no sea solamente basado en la coyuntura. Los procesos son distintos, a veces pensamos en el tema en la rueda de planificación que hacemos con los editores, y empezamos a lanzar nombres hasta que se nos ocurre la persona ideal y ahí la contactamos. A veces es distinto, viene alguna persona, nos toca la puerta y dice: quiero escribir esto sobre esto. Luego hacemos esa conversación larga de: qué vas a decir, que no vas a decir, cuidado con esto, busca este dato, etc.

La publicidad tiene otra lógica. Hemos desarrollado una estrategia que busca alianzas con marcas que comparten valores con nosotros, como Impacto Quito.

¿Ustedes capacitan o exigen a sus colaboradores rigurosidad en la redacción para la web, en temas como hipertexto o multimedia?

Claro, los textos tienen parámetros, por ejemplo, el primer párrafo debe ser la promesa y resumen del texto. Exigimos esa rigurosidad a todos. Cada edición de texto es una mini-clase de edición. Le dedicamos mucho tiempo a eso. Y cuando proponemos un tema, nos planteamos cómo apoyarlo con algo multimedia.

¿Cuáles fueron los cambios más importantes en Gkillcity, antes de pasar por Media Factory, la aceleradora de medios?

Creo que el cambio más decisivo fue dejar de publicar solo los lunes y empezar a publicar todos los días. Antes teníamos una edición semanal, ahora publicamos 6 artículos el lunes y uno o dos todos los días. Ese aumento de producción nos obligó contratar más gente, más editores y pensar en otros temas y un desafío como de crear esas secciones un poco más “light”, pero mantener la calidad, que tengan un tratamiento distinto, que sigan siendo interesantes. Ese es un gran cambio en cuanto al contenido. También decidimos cambiar el diseño de la página. Si somos un medio digital, necesitamos aprovechar las herramientas multimedia y toda la vanguardia en innovación que te ofrecen las páginas web, que en nuestro país son muy caducas. Como ves, ahora la navegación es mucho mejor, hacemos menos clic, es más bonita. También decidimos cambiar porque ya era una nueva etapa. Si tuvimos la inversión para poder diseñar, aprovechamos y nos ha dado buenos resultados.

¿Cómo es la relación con su audiencia? ¿La han identificado/saben quién los lee? ¿Qué características han visto en común en su audiencia?

Sabemos perfectamente quién nos lee, por edad, género, lugar, etc. La relación con la audiencia es excelente: comentan, comparten en redes y empiezan a convertirse en colaboradores. La relación es bien cercana. El público es entre 20 y 45 años. El 70% del público ve la página desde su oficina, la mayoría gana entre 1500 y 4000 dólares al mes, la mitad son de Quito la otra de Guayaquil. Ahora en promedio tenemos 150 mil visitas al mes.

Y en cuanto a preferencias de los temas que más leen ¿tienen algún indicador?

Las nuevas secciones han tenido acogida pero aún no se puede medir porque ha pasado poco tiempo. Hasta hace siete meses solo teníamos publicación semanal básicamente de política derechos ciudadanos, de temas duros. Y eso es lo que nos ha llevado hasta acá. Esos temas que no están en las agendas tradicionales de medios, y Los picos más altos los hemos tenido en épocas electorales, con las cartas abiertas a los candidatos, entrevistas a los candidatos.

¿Cómo hacen que el proyecto se financie y sea sustentable?

Tenemos cinco pilares que nos ayudan a mantenernos:

1. Auspicios/Publicidad: Como puedes ver en el Home, tenemos un recuadro que ofrecemos como espacio publicitario. Ese auspicio es el que tenemos ahora pero también ofrecemos uno que es dentro de las secciones. Más que una publicidad tradicional, lo que buscamos con las marcas es crear alianzas en las que se relacionen los valores de GkillCity con los valores de esa marca. Por ejemplo, para Punto de Partida podemos ofrecerle a una aerolínea, auspiciar la sección. Y en vez de colocar un banner invasivo, hacemos un stickybar, una barra que te persigue todo el tiempo, como la de GkillCity, con colores sobrios y una frase que revele esa alianza entre la marca y nosotros.

Por ejemplo: LAN y GkillCity se han aliado para crear Punto de Partida, una sección para quienes más que recorrer el mundo, quieren entenderlo

2. Servicios editoriales: Puedes ver esa descripción aquí. Pero es producción de contenidos a terceros con la calidad de GkillCity.

3. Microcrowdfunding: la campaña de Más que amigos sigue vigente, aquí está la información.

4. Grandes donantes: existe un grupo de empresarios guayaquileños que, sin pedir nada a cambio, donan montos considerables mensualmente, solo porque les gusta el proyecto y quieren apoyar al periodismo independiente. Son guayaquileños que creen en lo que hacemos y saben que no es fácil financiar un medio crítico como el nuestro.

5. Contenidos de TV: así como en el 2013 vendimos una temporada de La Descarga a Teleamazonas, tenemos un proyecto de televisión para vender nuevamente. Eso también genera ingresos.

ANEXO 2

En Katmandú se juega con la comida (y a nadie le parece mala educación), (06/04/2015) de GkillCity.com, sección COME Y BEBE. Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/come-y-bebe/katmandu-se-juega-con-la-comida-y-nadie-le-parece-mala-educacion>

En Katmandú se juega con la comida (y a nadie le parece mala educación)

por Isabela Ponce • ABRIL 6, 2015 •

Una experiencia individual en una mesa comunal

El almuerzo nepalí se sirve en platos de bronce. Es un material noble, limpio, apto para los alimentos. “Es bueno para la salud, para purificar”, me dijo Chandan, el guía que acompañó mi semana en Katmandú. Para probar lo que caracteriza la gastronomía de este país y no enredarse con el idioma, lo más sencillo es decir Nepali lunch. Lo comí dos veces, como almuerzo en una terraza frente a Budanath –uno de los puntos turísticos más populares de Katmandú–, y como cena, en el restaurante Bhojan Grija, que en nepalí significa Casa de Comida. En este sitio, me sirven Raski, una bebida alcohólica fuerte, a base de madera en proceso de destilación, parecida al gin o al vodka, comúnmente confundida con el sake. Después del shot llegan los platos, uno por uno, en diferentes recipientes. En ese momento, como un niño, uno empieza a jugar mientras come.



El plato grande y plano, el principal, tiene bordes altos, como para no regar. Ahí sirven el bhat, un arroz de grano largo, seco, un poco desabrido. Esa falta de sal y emoción se compensa con los acompañamientos. Son cuatro y se sirven separados en pequeños platos

hondos. El orden y la combinación la elige el comensal. Es como ser un artista con una paleta que va seleccionando los colores de acuerdo a qué quiere pintar.

En el primero de los pocillos hay tarkari: un guiso de coliflor, zanahoria y vainitas, en una salsa grumosa anaranjada rojiza –un color que se obtendría si mezclamos salsa de tomate con mostaza en las mismas porciones–. Sabe a curry y ají pero no termina de picar. Los vegetales están en su punto: ni crudos ni muy cocinados. Supongo que los hirvieron con vapor pocos minutos.

En el segundo plato hondo hay Masu, unos champiñones cortados en tiras largas sazonados con una crema líquida y picante –se siente la pimienta y el curry– pero, de nuevo, es un sabor soportable al paladar occidental. Su color es rojizo y si no estuviera en Nepal, juraría que es pasta de tomate con unas hojitas de perejil encima que la decoran. Para los carnívoros, en vez de hongos, hay pollo o cordero en trozos pequeños sumergidos en la misma salsa espesa pero sin grumos.

El tercero es ocre, como un amarillo opaco, y no es tan jugoso. La salsa no cubre a los alimentos que están escondidos en ella -como los champiñones o los vegetales en los pocillos anteriores- sino que se ven las arvejas con papas cocidas en una mezcla que lleva comino, chile, ajo, curry. Se llama Alu Tareko. Las papas y alverjas están en su punto: ni muy aguadas ni muy duras. Hasta ahí los pocillos forman un degradé de rojo a amarillo como si fuera un atardecer de un día despejado, y sus ingredientes se repiten: todos tienen cúrcuma y curry, muy similar a la sazón hindú. Nepal está muy influenciado por India, no solo por su cercanía sino porque la mayoría de los nepalíes practican hinduismo, la religión más popular en su país vecino. Las creencias religiosas en oriente determinan la alimentación de sus practicantes: ningún plato tradicional en Nepal es a base de carne de res. Las vacas son sagradas para los hinduistas por eso es probable que en este lado del mundo se encuentren los platos vegetarianos más ricos del planeta. A falta de res, tienen que ponerse creativos.



El último plato de bronce tiene una menestra de frejol negro, de grano más pequeño que el de Occidente. Un poco menos cocida –como si fuera un frejol al dente–, condimentada con especias más potentes como el jengibre y la cúrcuma. La cantidad de condimentos que le echan anula el sabor de la menestra a la que estamos acostumbrados en Ecuador: con verde, hierbita, un poco de laurel. La variedad y combinación de especias y condimentos da la identidad a estos platos separados, que parecen sidedishes pero no lo son, son la esencia del almuerzo o cena. Acá no hay un maindish, la combinación de estos cuatro pocillos más el arroz lo forman pero si el comensal no quiere colocarlos en un mismo plato -el grande-, en teoría, jamás habrá un “plato fuerte”. A primera vista, la gastronomía nepalí se parece muchísimo a la hindú y, aunque tienen similitudes -usan el curry como ingrediente principal, son picantes, predominan los vegetales-, sus sabores están mejor cuidados, como si midieran con más precisión la cantidad de especias en cada preparación. En Nepal, son cuidadosos en todo el proceso de la comida: desde su elaboración hasta su presentación.

La comida nepalí carece de reglas para el comensal. No hay una sola opción. Se puede llenar el plato plano, que tiene bhat, con un poquito de todo, o poner un poco de ese arroz en cada pocillo con las mezclas (casi todas sopudas), o probar pocillo por pocillo. Es como si cada plato fuera una pieza de un rompecabezas que el comensal elige cómo armar. Yo preferí no mezclarlas para identificar los ingredientes de cada preparación, y disfrutarla como platos independientes. Es un almuerzo muy personal, libre, en el que cada textura y sabor se descubre en los diferentes bocados. Una muestra de que los nepalíes lo comen separado es su plato principal -no tan sofisticado-, que se compone de tres: dal-bha-tarkari, que significa lentejas-arroz-vegetales. La lenteja es líquida casi como sopa, el arroz se sirve en recipiente hondo, y los vegetales están cortados con encurtidos y condimentos picantes en otro plato. Al momento de sentarse en la mesa, los nepalíes son la antítesis de los ecuatorianos: nosotros comemos pocas porciones pero grandes, ellos muchas porciones pero pequeñas.



Los nepalís saben que la mezcla de tantos sabores deja un after taste fuerte que neutralizan con su postre. En otro pocillo –también de bronce– sirven yogurt natural, blanco, espeso, un poco grumoso, con trocitos de coco y aroma a pistacho y azafrán. Se llama sikarni. Se come con una cuchara pequeña. Antes de ese día en Katmandú, jamás hubiera elegido eso como postre, tampoco cumple la función de algo dulce después de lo salado, sino de un cierre ecuánime de un almuerzo muy dualista. En la mesa, hay sensaciones fuertes -del ají, del curry- y débiles -el arroz y el yogurt. El resultado es un equilibrio delicado que nunca será igual en una misma mesa, cada comensal, mientras degusta, crea su propia experiencia gastronómica.



Isabela Ponce

(Ecuador, 1988) Soñadora, idealista y exageradamente curiosa. Periodista con ganas de construir un mundo mejor. Editora adjunta fundadora de GkillCity.com.

@itsabela

ANEXO 3

Los ataques terroristas en Kenia son más de cien, (14/04/2015) de GkillCity.com, sección MEDIR EL MUNDO. Recuperado de: <http://www.gkillcity.com/ficheros/los-ataques-terroristas-kenia-son-mas-cien/como-sucedio-el-ataque-la-universidad-garissa>

Los ataques terroristas en Kenia son más de cien

por Verónica Aumala • ABRIL 14, 2015 •

¿Qué sucede en Kenia y por qué 147 estudiantes fueron asesinados?

El 2 de abril del 2015, Al Shabab –un grupo terrorista islámico de origen somalí– asesinó a 147 estudiantes de la Universidad de Garissa, al este de Kenia. Este es solo el último –y el más sangriento– de una serie de ataques terroristas que ha sufrido Kenia desde el 2011. En el 2013, se produjo un ataque en un centro comercial en Nairobi: murieron cerca de setenta personas y decenas fueron tomadas como rehenes. En noviembre del 2014, Al-Shabab detuvo a un autobús en el norte de Kenia y asesinó a veintiocho personas. Desde hace cuatro años, este tipo de agresiones, suman más de cien.

Los ataques de Al-Shabab en Kenia son una respuesta a la decisión del gobierno keniano de enviar tropas a Somalia, en el 2011, para combatir al grupo terrorista. Las agresiones han despertado dudas en la ciudadanía keniana sobre qué tan buena decisión ha sido invadir a Somalia para erradicar a Al-Shabab. Luego de tres años de haber iniciado el supuesto combate a Al Shabab en Somalia, los ataques no cesan en Kenia, van en aumento.

Al-Shabab es un grupo terrorista islámico con base en Somalia, país vecino a Kenia. Al Shabab –al igual que otros grupos fundamentalistas como Isis o Al Qaeda– busca implementar un Estado Islam, en el que las leyes estén regidas bajo el Corán. En la región este de Kenia, la zona limitante con Somalia, es donde habita gran parte de la minoría musulmana del país, alrededor del 10% de la población. En esta zona también viven somalís con ciudadanía keniana que, de acuerdo a reportes de Derechos Humanos, sufren constante discriminación en Kenia –lo que podría ser una de las causas por las que Al-Shabab siga creciendo en la región, perpetuando el conflicto.



¿Por qué el gobierno de Kenia decidió intervenir en Somalia?

En el 2011, el gobierno keniano decidió intervenir en Somalia para combatir al grupo terrorista Al-Shabab que había tomado control de gran parte de las zonas rurales del país. La misión fue una iniciativa para resguardar la seguridad nacional de Kenia –potencia económica de África Oriental- en donde Al-Shabab secuestró a varios turistas. El gobierno keniano consideraba que los ataques terroristas podían arriesgar el principal ingreso económico del país, el turismo.

Durante el 2011, la misión tuvo considerables logros: en la primera fase, Kenia logró empujar a Al-Shabab hacia la frontera este del país y consiguió detener la invasión del grupo a ciudades en zonas fronterizas con Somalia. Durante meses el gobierno keniano pensó que había tenido éxito pero en el 2012 Al-Shabab comenzó nuevamente a atacar el este del país. Esta vez el grupo terrorista empleó una táctica de guerra asimétrica: a través de pequeñas células realizaban ofensivas en diferentes puntos alrededor de Kenia. Los ataques eran impredecibles y dirigido a civiles cristianos. Uno de los más terroríficos fue el asesinato de setenta personas en un centro comercial de Nairobi en el 2013 y la ofensa en la Universidad de Garissa el 2 de abril del 2015.

Los ataques de Al-Shabab tienen un objetivo claro en Kenia: obligar al gobierno a levantar sus tropas en Somalia. La misión que el gobierno keniano emprendió en Somalia en el 2011 ha contribuido a que en el país vecino Al-Shabab pierda fuerza progresivamente. Luego de casi cuatro años de intervención los kenianos se preguntan qué tan efectiva resultó la misión para Kenia –ya que un problema que era exclusivo en Somalia, migró a Kenia. A raíz de los múltiples ataques, el gobierno keniano creó una ley antiterrorista, que ha sido ampliamente criticada por amenazar libertades fundamentales. Estados Unidos, Inglaterra y Alemania se han pronunciado en contra de esta ley.

Luego del ataque en la Universidad de Garissa, Al-Shabab envió un mensaje al gobierno de Kenia en el que prometieron continuar con los ataques y “bañar de sangre” las ciudades del país. Advirtieron al grupo que se dirigirían a escuelas, universidades, lugares de trabajo y hogares por haber elegido a un gobierno que los ataca continuamente.

¿Quiénes son Al-Shabab?

Al-Shabab significa La Juventud en árabe. El grupo surgió luego de la invasión en Somalia por parte de las Fuerzas Armadas de Etiopía en 2007. Al-Shabab es el ala radical del grupo Unión de las Cortes Islámicas, quienes fueron opositores al gobierno somalí y controlaron cerca del 80% de Somalia en el 2006.

Se estima que poseen entre 7.000 y 9.000 militantes. Al-Shabab es uno de los grupos objetivos en la lucha contra el terrorismo de Estados Unidos. Existen informes de inteligencia en donde se comprueba que yihadistas de otros países –como Yemen, Sudán, Inglaterra, Estados Unidos– han viajado hasta Somalia para fortalecer a Al-Shabab.

Desde el 2011, como respuesta a la intervención militar keniana en Somalia, el grupo terrorista ha realizado numerosos ataques en Kenia. La masacre del 2 de abril en la Universidad de Garissa ha sido el más sangriento hasta ahora. En este último ataque, como en los anteriores, los militantes salvaron a personas musulmanas mientras que, mataban a cristianos o personas que no saben recitar el Corán.

Al-Shabab también ha establecido una red de reclutamiento en Kenia, especialmente alrededor de la ciudad portuaria de Mombasa, que tiene una gran población musulmana. El grupo públicamente ha reconocido que tiene conexiones con Al Qaeda –otro grupo fundamentalista islámico que opera en Irak-. Estudios de inteligencia también sospechan que Al-Shabab podría tener vínculos con otros grupos similares como Boko Haram en Nigeria e ISIS en Iraq.

¿Por qué el gobierno en Kenia ha fracasado en erradicar a Al-Shabab de su territorio?

No hay una respuesta exacta para esta pregunta pero se pueden mencionar varios factores que impiden el éxito del gobierno keniano frente a Al-Shabab.

Kenia mantiene una pobre inteligencia en seguridad. La Agencia ha fallado en prevenir y predecir ataques terroristas inclusive cuando agencias internacionales de inteligencia han alertado de posibles ofensivas en el país. Por ejemplo, Inglaterra aconsejó a sus ciudadanos en evitar visitar la ciudad de Mpeketoni por un posible ataque terrorista –lo que en efecto ocurrió en junio del 2014.

Kenia también posee un panorama altamente corrupto. En el 2012, 2013 y 2014 Transparencia Internacional ha rankeado a la policía y al departamento de inmigración como las instituciones más corruptas en Kenia. Sospechosos de terrorismo han salido en libertad luego de sobornar a policías. Así mismo, oficiales en el departamento de inmigración han expedido documentos a extranjeros ilegales procedentes de Somalia, y algunos resultan ser miembros de Al-Shabab.

La estrategia antiterrorismo en el país también es ineficiente. Los ataques han sido excusa para que la Agencia de Seguridad detenga y maltrate deliberadamente a personas por razones como no poseer documentos de identificación apropiados, en su mayoría a somalíes. Además el gobierno keniano implementó una Ley antiterrorismo que es criticada por violentar libertades fundamentales.

Al-Shabab también ha prometido brindar seguridad y proteger a los somalíes que son víctimas de discriminación en Kenia, uno de los problemas que ha desencadenado la misión que el gobierno keniano mantiene en Somalia. Existe el prejuicio –en la sociedad keniana– que todos los somalíes son terroristas, lo que ha impulsado el odio a esta población.

¿Por qué la Ley antiterrorismo de Kenia ha sido criticada?

En diciembre de 2014 el gobierno de Kenia aprobó una ley antiterrorista –en respuesta a los ataques de Al-Shabab– que fue criticada por organizaciones de derechos humanos y los Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania y Francia.

La ley se encuentra en espera porque el Tribunal Supremo rechazó ocho cláusulas que incluyen restricciones a la libertad de prensa y cuotas sobre el número de refugiados somalíes en el país. De acuerdo a la ley solo se podrían admitir 150.000 mil refugiados –actualmente existen 500.000- y concebir solo dos campos de refugio más. Estos postulados violan el Derecho Internacional en temas de movilidad humana. Kenia recibe refugiados somalíes –país vecino- que huyen del conflicto que vive el país a causa de las milicias terroristas que han desatado el caos progresivamente.

El gobierno de Kenia también ha planteado la posibilidad de construir un muro a lo largo de la frontera con Somalia para evitar el cruce de terroristas.

¿Cómo es la vida de un somalí en Kenia?

Uno de los efectos secundarios de la guerra que Kenia emprendió en contra el terror en Somalia para combatir a Al-Shabab, es el creciente comportamiento agresivo hacia los somalíes étnicos ciudadanos de Kenia.

Los somalíes-kenianos constituyen el 6% de la población del país. Históricamente estas personas han habitado la zona noreste de Kenia, la que alguna vez fue parte de Somalia durante la época colonial. Esta zona es la más pobre del país. En 1991 Kenia también otorgó asilo a una gran cantidad de somalíes a causa de la Guerra Civil que su país enfrentaba.

Desde que el gobierno keniano le declaró la guerra a Al-Shabab, los somalíes-kenianos son tachados bajo el prejuicio de terroristas. Esto se debe a que Al-Shabab es un grupo de origen somalí. Con la excusa de operaciones antiterroristas los somalíes han sido víctimas de persecución por parte de la policía: han sido obligados a bajarse de autobuses, sometidos a controles policiales sin justificación, y son constantemente estigmatizados en los medios de comunicación en Kenia.

Testimonios de somalíes en Kenia alegan que pueden caminar en grupo y si un policía los detiene solo interrogan a los somalíes y no a kenianos. Existen casos en que somalíes presentan sus documentos de identificación legal y aun así son detenidos por varios días para efectos de investigación.

La policía dice que detienen y comprueban documentos legales como una actividad rutinaria sin ejercer discriminación. Pero a finales de mayo del 2014, el 71% de las personas examinadas eran de etnia somalí o etíopes.

El gobierno keniano tiene precedentes en la diferencia en el trato hacia la comunidad somalí. Por ejemplo, en 1980, las fuerzas de seguridad masacraron a miles de somalíes y

los obligó a portar una tarjeta especial de color rosa. Los controles de identidad que se ejercen hoy en día son un recuerdo a ese pasado.

El siguiente documental realizado por Al Jazeera en el 2013 refleja la situación de violencia en la región noreste de Kenia, donde habita la mayoría de la población somalí.



¿Cómo sucedió el ataque en la Universidad de Garissa?

El ataque comenzó con una explosión a las puertas de la Universidad de Garissa, en la madrugada del jueves 2 de abril del 2015. Cuatro terroristas armados y enmascarados se dirigieron a los bloques residenciales de la universidad disparando indiscriminadamente a los jóvenes. El resultado fue el asesinato de 147 estudiantes, y decenas de heridos. Un vocero de Al-Shabab afirmó que clasificaron a los estudiantes de acuerdo a su religión: liberaron a los musulmanes y dispararon a cristianos.

Las fuerzas de seguridad en Kenia han sido duramente criticadas porque les tomó alrededor de siete horas en llegar al sitio debido al mal estado de las carreteras. Los habitantes de Garissa también cuestionan por qué la seguridad no se incrementó a pesar de que informes de inteligencia sugerían que Al-Shabab habría estado planeando un ataque – días antes que ocurriera. El evento sangriento de Garissa es solo uno de los más de cien ataques que el grupo terrorista Al-Shabab ha realizado en Kenia.

Verónica Aumala

@veritoaumala

ANEXO 4

Iguazú bajo la luna, (22/04/2015) de GkillCity.com, sección PUNTO DE PARTIDA. Recuperado de: <http://www.gkillcity.com/articulos/punto-partida/iguazu-bajo-la-luna#sthash.1vNEXJO9.dpuf>

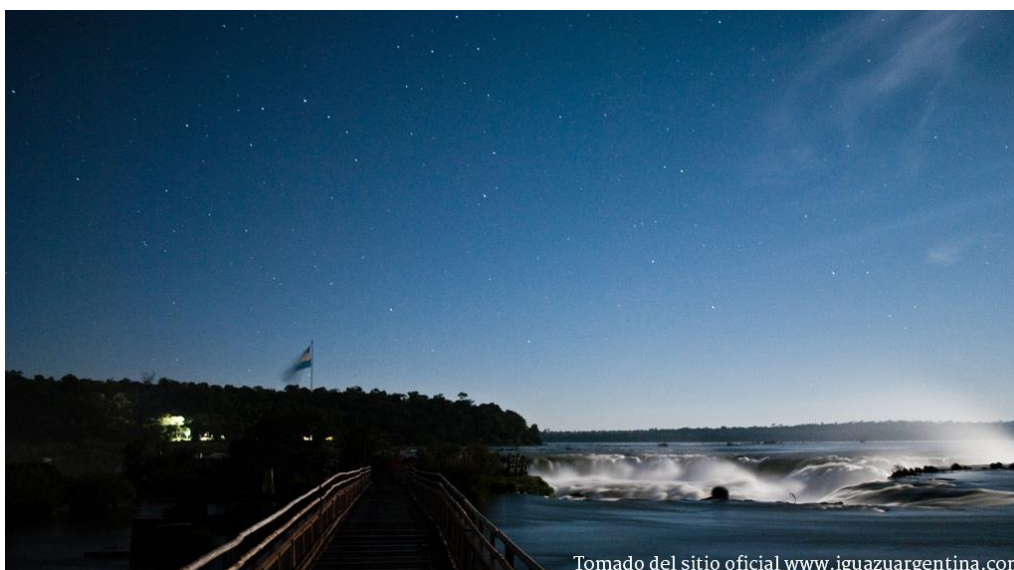
Iguazú bajo la luna

por Gabriela Tamariz • ABRIL 22, 2015 •

Las cataratas también encantan por la noche

Unos dicen que fue un dios celoso que, enfurecido, creó las cataratas para matar a su amada y su amante, que huían en una canoa. Otros, que una monstruosa serpiente partió el río con su furia para atrapar al joven que raptó a la chica que debían sacrificar en su honor arrojándola a las aguas. Pero todas las leyendas coinciden en que el origen de las cataratas se debió a Naipú, una bella muchacha que prefirió el amor de un mortal al de los dioses.

El relato llega como un susurro que el viento roba a una guía. Ella conduce a los visitantes por los puentes que, como la serpiente de la leyenda, atraviesan la vegetación y se elevan sobre el agua. Se camina a través de las islas cubiertas por bosques y los ríos que aprecié antes desde el avión que sobrevoló Puerto Iguazú, en la provincia de Misiones de Argentina. El recorrido es exclusivo para las noches de luna llena, cuando el cielo se convierte en un perfecto planetario: no hay nubes que tapen las estrellas ni montañas que rompan el horizonte. Bajo esa perfecta esfera negra se comprueba que la oscuridad agudiza los sentidos: vuelve los olores más intensos, y los sonidos, más nítidos. Mientras la humedad y el frío se complotan para llegar a los huesos con temperaturas que bordean los catorce grados.



Tomado del sitio oficial www.iguazuargentina.com

Iguazú de noche es distinto al Iguazú de día, tan distinto como puede ser una foto a color de una a blanco y negro. Muy distinto aunque sean las mismas 67.720 hectáreas (casi dos veces el tamaño de Guayaquil) que conforman este parque nacional, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. Cuando se pierde el resplandor de las luminarias de la estación del tren donde empieza el recorrido, se avanza a ciegas unos metros. Tras unos segundos de total oscuridad, los ojos se acostumbran y descubren una gama de grises que va delineando los bosques que están a los dos lados del sendero. El olfato empieza a percibir el aroma a hojas frescas, tierra y agua. La naturaleza de noche tiene sonidos que el día opaca. Bulle con cantos en distintos tonos: unos tan agudos que parecen silbidos. Se camina sobre varios puentes para viajar a través de este pedazo de selva. Debajo de ellos fluyen fuertes corrientes de agua.

En la caminata, pronto se empieza a escuchar un rumor que comienza imperceptible y luego se vuelve ensordecedor, como si algo rugiera desde el fondo de la tierra. A lo lejos se ve algo como una nube. Un kilómetro después se manifiesta: es la bruma que emerge desde la Garganta del Diablo, el salto más caudaloso de las cataratas de Iguazú, que humedece el ambiente. Es el final del recorrido por los puentes y la oscuridad, y también parece el fin del mundo. Allí, a unos pocos metros del balcón, un gigantesco embudo se traga lo que parece toda el agua del planeta. La muralla de espuma se pierde tras una caída de agua de ochenta metros. Tan alta, o tan profunda, todo depende de dónde se la mire, como un edificio de treinta pisos. Una diminuta luz brilla al frente, al otro lado, es Brasil. En el medio está ese foso cuyo fondo no se puede ver. Un vacío, una nada que cuestiona entre la bruma y la espuma que lo envuelven todo. Me pregunto qué hay en el fondo. ¿Vive algo en medio de la fuerza de las aguas? Los minutos en ese espacio quedan cortos para entenderlo. Estos misterios los revela el día siguiente en un sinfín de colores que contrastan con el blanco, el gris y el negro de la noche. En el día, la temperatura supera los 30 grados centígrados. A plena luz se ve que allí, en el fondo de la Garganta del Diablo, no está el fin del mundo. Surcan la bruma, valientes y veloces, unas aves de color café o gris. Un cartel explica que son vencejos, el emblema del área protegida. Su vuelo dirige la vista del visitante hacia un ecosistema lleno de vida: la base de la cascada.



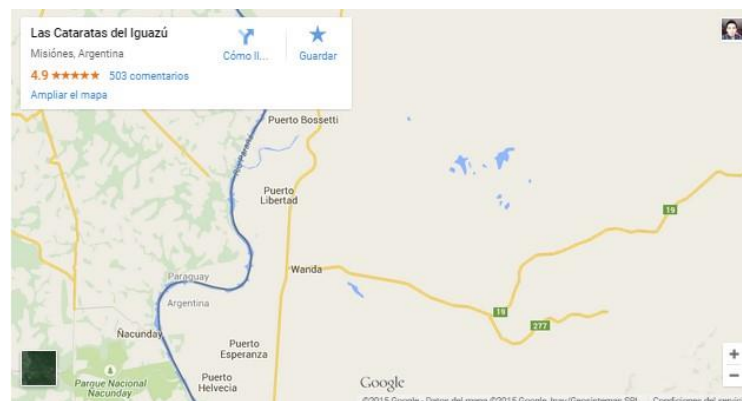
Tomado del Sitio oficial www.iguazuargentina.com

Otro sendero permite una vista panorámica de la herradura que forman los saltos de agua. Entre el blanco de la bruma, el azul del cielo y el verde de la vegetación, se confirma lo que ya se intuyó durante la noche: Iguazú no es solo la Garganta del Diablo. Iguazú son 275 saltos de agua rodeados de exuberante selva donde abundan las lianas, epífitas y helechos. Un bosque donde viven monos, coatíes, ardillas, tucanes, urracas, zorros, lagartos y tortugas. Los sonidos difíciles de identificar por la noche se revelan durante el día: cada animal interpreta su música.



Fotografía María José Tamariz

Una leyenda guaraní que explica el origen de las cataratas de Iguazú dice que, después de atrapar a Naipú y su amante, la serpiente lo transformó a él en los árboles que rodean las cascadas, y a ella, en el agua. Desde la Garganta del Diablo, el monstruo vigila que los amantes no vuelvan a unirse, pero nada puede hacer para impedirlo cuando aparecen los arcoíris que el cielo no escatima. Son siete colores que maravillan de día, que, sin embargo, no compiten con el blanco y negro que hipnotizan de noche.



Gabriela Tamariz. Quito, 1985. Periodista y correctora de estilo. La agricultura, el reciclaje, los viajes, la experimentación en la cocina y la búsqueda de una vida sencilla forman parte de mi día a día.

@gabytama

ANEXO 5

Qué tiene que perder un niño que juega a ser un futbolista profesional, (24/04/2015) de GkillCity.com, sección TERCER TIEMPO. Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/tercer-tiempo/que-tiene-que-perder-nino-que-juega-ser-futbolista-profesional>

Qué tiene que perder un niño que juega a ser un futbolista profesional

por Andrés Molina Vines • ABRIL 24, 2015 •

¿Por qué la FIFA prohibió que los juveniles tengan agentes?

El joven volante Andy Casquete no renueva su contrato con Liga de Quito. La familia de Casquete, que participó en la selección sub 17 de Ecuador que clasificó en marzo al Mundial de la categoría, recibió cuarenta mil dólares de un empresario que dice tener una propuesta interesante para el jugador. A Esteban Paz, directivo de Liga, no le hace gracia. Según Paz, clubes como Udinese (Italia) y Granda (España) estaban interesados en Casquete. Pero además, en Liga sienten que la inversión que hicieron durante varios años en el jugador al final no rinda lo suficiente a la institución por una salida adelantada. Fue un mal negocio para Liga, que ha visto cómo un empresario se le está llevando una promesa juvenil. Pero en general, es un negocio, y se estaba poniendo pesado: los agentes compraban los derechos de futbolistas cada vez más jóvenes. Algunos tenían incluso menos de diez años, cuando sus derechos deportivos valían alrededor de doscientos dólares. Por eso, el día que la FIFA eliminó la figura del agente FIFA y la cambió por la del intermediario, también prohibió definitivamente que terceras personas cobraran por el traspaso de jugadores menores de edad.

Talvez en Ecuador el tema de Casquete es novedoso, pero en otros países, como España, es normal. El antiguo responsable de la cantera del Espanyol, Manuel Casanova, se quejaba alguna vez de que “nos han robado cuarenta jugadores en diez años sin pagar un duro”. Un día, el negocio de los futbolistas jóvenes se volvió enorme. Lionel Messi es el ejemplo más famoso: como el Barca no lo podía contratar cuando tenía trece años, le dio un empleo a su papá, y una excusa para que la futura estrella cambiara su residencia a España. La venta de los derechos de un futbolista está prohibida si no ha cumplido los dieciocho años, pero hay excepciones. Una de esas, es que la familia del jugador cambie de domicilio por razones ajenas al traspaso del jugador. El caso de Messi demuestra que ese reglamento está lleno de fallas. Y con su nueva reglamentación, la FIFA espera desalentar a los cazatalentos que buscan jugadores demasiado jóvenes.

Claudio Campos, ex futbolista argentino y hoy entrenador y director deportivo de River Ecuador, dice que “el problema es que hoy en día cualquiera es agente deportivo”. Son palabras claves. Es como si los agentes de jugadores fueran una mala influencia para los deportistas. Peor si son juveniles, sin experiencia en negocios y capaces de dejarse

convencer por sumas que son mucho menos de lo que podrían obtener unos años después. “Los agentes deben conocer muy bien de leyes deportivas y de esa manera constituirse en un apoyo para el jugador”, dice Campos, pero a ratos, la realidad no parece ser esa.

En una entrevista con El Universo, Javier Rodríguez, técnico de la selección sub 17 de Ecuador, contó que en el torneo juvenil de Paraguay, tres jugadores no estaban rindiendo todo lo que podían. Según el entrenador habían sido tentados por un empresario allá. “Ya tenemos experiencia en esto y hay que hablar con los chicos para estabilizarlos”, decía Rodríguez, que también se refirió al caso de Casquete con Liga de Quito. “Por experiencia advierto, ese muchacho se puede quedar... Pero también pasa porque los padres si les dan, por decir, setenta mil, se dejan llevar”. Ahora, nueve jugadores de la selección sub 17 fueron declarados intransferibles por sus clubes, con la intención de que sus futuras estrellas terminen de foguearse en primera de Ecuador antes que lanzarse en una carrera arriesgada en el extranjero.

De jugadores que se quedan –como dice Rodríguez– hay historias todos los días. En 2011, trece mil futbolistas menores de edad fueron a probar suerte en clubes europeos. Trece mil, pero el éxito no está asegurado. Un futbolista marfileño de catorce años, Dungai Fusini, fue encontrado un día durmiendo debajo de un puente. Fusini se había escapado del club en el que entrenaba. Prefería dormir a la intemperie que seguir viviendo como vivía: Su única actividad diaria era el entrenamiento de la tarde. No iba al colegio, no había aprendido ningún idioma y dormía en el sótano de un restaurante. En el mercado del fútbol de pronto se convirtió en un vehículo para el tráfico de niños.

El periodista chileno Juan Pablo Meneses publicó en 2013 el libro Niños futbolistas, donde cuenta cómo es el negocio. Pero Meneses tiene un punto de vista privilegiado: para escribir la historia, él mismo compró los derechos deportivos de un niño chileno de once años. Así, pudo entender cómo se mueven las fichas en el mercado negro del fútbol infantil. Meneses descubrió que las fallas en el reglamento son más que suficientes. Los futbolistas menores de edad solo pueden ser transferidos a un club extranjero en tres casos: Cuando la familia se muda por motivos ajenos al traspaso del jugador; cuando la transferencia se produce dentro de la comunidad europea y el jugador tiene entre dieciséis y dieciocho años, y cuando tanto el jugador como el club están a menos de cincuenta kilómetros de la frontera. Cuando el futbolista cuaja, todos los casos son maquillados para calzar dentro de esas tres excepciones.

Javier Acuña, que hoy juega en el Olimpia de Paraguay, llegó en 2004 al Cádiz, club que en ese entonces estaba en la primera división española. Pero nunca pudo jugar: al club no le creyeron que su madre se estaba mudando a España por razones ajenas al fútbol. Un funcionario del Cádiz dijo molesta que la próxima vez, habría que llevar a la madre días antes para cumplir con el requisito de que el cambio de residencia del menor no se deba al fútbol y así para pasarse la ley “a la torera”. Según el psicólogo del Cádiz, Acuña se deprimió. Según otro psicólogo, José Antonio Luengo, del Getafe, las posibilidades de triunfar son muy pocas y eso es un elemento de riesgo para el menor. Pero además, ocurre

“en edades críticas en el desarrollo de su personalidad”. Es un problema porque el jugador juvenil se transforma en una especie de instrumento que entre los padres, el agente y el club, su libertad puede verse limitada por intereses económicos de otras personas. Cuando Meneses le preguntó al presidente del equipo chileno Santiago Wanderers de qué debía cuidarse para que su niño futbolista no fracasara, la respuesta fue: “Tres cosas: la droga, la polola y los estudios”.

La FIFA ha entendido el tema y le ha tomado el pulso a la lógica empresarial, que de alguna forma convertía al fútbol en un espacio donde podría producirse el trabajo infantil. Por ello, decidió eliminar de lleno el “negocio” de aquel vendedor de futbolistas en crecimiento que no pueden firmar sus propios cheques por no cumplir la mayoría de edad. Dicho en otras palabras, de hoy en adelante los clubes serán los intermediarios directos en los contratos de los jugadores jóvenes, lo que impedirá la mediación de una persona externa. No obstante, en temas deportivos podría haber un vacío para el futbolista, ya que el agente debería ser el llamado no solo a negociar un contrato seguro para su cliente, sino para orientarlo en su camino que está por arrancar. El problema es que cuando un niño hace tres cascaritas con algo de criterio, hay gente –incluso en su familia– que lo empieza a ver como una fuente de dinero más que como una persona con talento.

Andrés Molina Vines

(Guayaquil, Ecuador, 1984) Hinchado del periodismo fundamentado. Seguidor constante del fútbol y el tenis y pedaleador ocasional. Guarda recuerdos en fotografías aficionadas.

@Andresmolinav

ANEXO 6

La historia se sienta en el trono de hierro, (23/04/2015) de GkillCity.com, sección ¿CUÁL ES LA VOZ?
Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/cual-es-la-voz/la-historia-se-sienta-el-trono-hierro>

La historia se sienta en el trono de hierro

por Fernando Escobar Páez • ABRIL 23, 2015 •

...porque Game of Thrones es mucho más que desnudos y dragones

Arrancó la quinta temporada de Game of Thrones, serie basada en la saga “Canción de hielo y fuego” escrita por el autor estadounidense George R.R. Martin. Quienes la seguimos con fruición sabemos que esta historia sucede en un medioevo alternativo con claros símiles a sucesos históricos reales. Sin embargo, en este mundo pseudo fantástico su tema central es la naturaleza corruptora del poder político. Las intrigas palaciegas y conspiraciones forjadas en alcobas son más relevantes para la serie que los dragones o los árboles parlanchines, que son rezagos de una época mítica. La mayoría de los personajes son pragmáticos y están ocupados en intestinas luchas de poder como para prestar atención a leyendas que creen superadas, por eso se sorprenden como lo haríamos nosotros ante lo sobrenatural. El invierno y la magia oscura preparan su regreso y pocos en Westeros están preparados para los desafíos que esto implica.

GoT y algunos de sus referentes

La presencia de seres míticos ha dado pie a comparaciones reduccionistas entre GoT y el “El Señor de los Anillos” de J.R.R. Tolkien. Equiparar ambas sagas es exagerado: la prosa y la relevancia cultural de la obra de Tolkien sobrepasa con creces a la de Martin. En la Tierra Media la magia está de retirada pero se reconoce como verídica, existen gestas heroicas, actos altruistas y una clara distinción entre buenos y malos. En Westeros la magia está de regreso pero nadie cree en ella, predomina el cálculo por sobre cualquier sentimiento y la moral es relativa. Resulta claro que GoT ha tomado mucho más que la ambientación medieval, mamuts –olifantes para Tolkien- y dragones de la obra del también creador de “El Hobbit”, pero la mayor herencia que dejó “El Señor de los Anillos” en Martin consiste en dosificar la presencia de elementos sobrenaturales y no exagerar creando bestiarios innecesarios o poderes supremos como salida fácil para la trama. GoT – al igual que en su momento sucedió con “El Señor de los Anillos”- ha sido tachada de racista ya que los personajes de color son malignos como Xaro Xhoan Daxos, magnate de la desértica Qarth, o esclavos como “Los Inmaculados”, mientras los protagonistas centrales son de raza aria. Tomando en cuenta que hablamos de un hipotético mundo medieval, un multiverso cuyos habitantes viven en un mundo desconectado muy similar a la Europa pre renacimiento, el prejuicio racial y hacia todo lo que provenga del extranjero es lógico dentro de la idiosincracia de la época que se pretende retratar, ergo, tachar de “racista” a GoT implica descontextualizar de forma forzada al texto, que se caracteriza por ser políticamente incorrecto. Más que en Tolkien, en quien debemos rastrear la veta literaria de Martin es en Maurice Druon, académico y escritor francés, autor de “Los Reyes

Malditos”, una saga de novelas históricas bastante comerciales en su momento, que relata de forma descarnada la caída de la casa real de los Capeto en la Francia de la Baja Edad Media. “Canción de hielo y fuego” también comparte varios elementos -incluso algunos podrían considerarse plagio descarado de parte de Martin- con “Añoranzas y pesares” de Tad Williams, de quien toma a los lobos semi domesticos y a un imprudente niño escalador –Bran Stark en GoT- como héroe. Por la cantidad de sangre, violencia sexual y búsqueda de la venganza a todo precio, también podemos remitirnos a “Titus Andronicus” de William Shakespeare. Martin ha confesado que su punto de partida fue “La Guerra de las Dos Rosas” entre las casas Lancaster (Lannister) y York (Stark). La Guardia de la Noche, lugar en donde terminan los forajidos para expiar sus culpas, equivale a la Legión Extranjera, aunque para muchos tiene semejanzas con las Orden de los Caballeros Templarios por su carácter monástico militar. El incesto en la casa Targaryen es equiparable al de la dinastía egipcia ptolemaica con quienes comparten además el rasgo de ser conquistadores extranjeros que tras un breve periodo de esplendor, entregaron su imperio a la locura so pretexto de conservar la pureza de su raza. Mientras que en los Lannister, el incesto entre Jaime y Cersei surge del amor verdadero y no del cálculo político. Es imposible no remitirse a la historia de Calígula y Drusila, con la variante de que en GoT, la chica es quien funge de orate despiadada. También se podría mencionar a Lucrecia y Cesare Borgia como antecedente, pero se sospecha que dicha relación fue motivada por su propio padre, el papa Alejandro VI. La historia de las casas reales europeas es más promiscua en la realidad que en cualquier ficción o parodia. Otros paralelismos inevitables surgen entre Danaerys y Anastasia Romanov, de quien se dice sobrevivió a la masacre de su familia y huyó al extranjero. La relación homosexual apenas esbozada en los libros pero claramente graficada en la serie entre Renly Baratheon y Loras Tyrell, sería la “amistad” de Eduardo II de Inglaterra con Piers Gaveston; el perverso niño rey Joffrey puede una versión de Enrique III o de Alfonso XIII de España; aunque también lo podemos “encontrar” en el emperador romano Heliogábalo si asumimos que Ollana Tyrell es Julia Maesa... seguir con el listado sería largo y la web está llena de fan sites donde se sugiere y refuta cada uno de los nombres y hechos propuestos como sustento histórico.

Más allá de la ficción, la principal fuente de la que beben toda “Canción de hielo y fuego” es la historia europea. No es gratuito que los fieros dothraki monten a caballo como lo hicieron las hordas asiáticas de Atila y Genghis Kan, ni que el mapa de Westeros sea prácticamente igual al de Inglaterra, con un muro defensivo –ubicado a la misma altura en ficción y realidad- para impedir que los salvajes ataquen a los “civilizados”. Cabe detenerse en una reflexión que hizo el personaje de Jon Snow, para quien la dicotomía entre salvajes y civilizados es meramente artificial y determinada por el lugar de nacimiento, no por inferioridad física, moral o intelectual alguna.

Cuando el discurso audiovisual juega a favor de los personajes

Desde un inicio estaba claro que el lenguaje narrativo de la televisión no permite una adaptación apegada a libros, llenos de detalles enmarañados y árboles genealógicos

descomunales como los de Martin, pero muchos de los cambios que hemos visto en la pantalla –como eliminar pasajes claves de los textos para dar espacio a tramas secundarias y la modificación del carácter de personajes importantes- no han cuajado del todo. Oberyn Martell termina convertido en una caricatura con excesivo sabor latino, se dulcifica el odio reprimido que Catelene Stark siente hacia su esposo en los libros y los Caminantes Blancos lucen demasiado “zombies” como para inspirar terror verdadero. En contraparte, también se registran cambios que enriquecen la narrativa, como el humor desenfadado con el que se dota a Ollena Redwyne, matrona de la casa Tyrell, interpretada por Diana Rigg (¡alguna vez fue una sexy chica Bond!). También, en esta versión televisiva Joffrey Reed resulta más oscuro e impactante como una especie de niño anciano y se crearon diálogos magistrales como el de Jaime Lannister con un alcoholizado rey Robert Baratheon sobre la naturaleza del asesinato casi al final de la primera temporada. Lo que más atrae de GoT es la ambigüedad moral de sus personajes, quienes son capaces de cometer los actos más abyectos pero no por ello se los puede etiquetar de malvados. La evolución va de la mano con los constantes viajes que se ven obligados a realizar, casi siempre escapando de alguna fuerza hostil. En pantalla hemos acompañado los cambios psicológicos que han tenido personajes inicialmente perversos como Jaime Lannister, Sandor “El Sabueso” Clegane, quienes alcanzaron cierto grado de redención ante el espectador cuando dejaron de lado sus vicios sangrientos y ayudaron a personajes que en teoría son sus enemigos. De igual manera, hemos presenciado la degradación de Theon Greyjoy, el progreso de la psicosis religiosa del parca Stannis Baratheon y como la pequeña Arya Stark se convierte en asesina, suceso que en los libros ocurre primero que en la serie y bajo otras circunstancias. Para esta temporada se avizora que la siempre tonta Sansa Stark adquiera rasgos de femme fatale y –tal vez- la tensión erótica entre la muchacha pelirroja y Ser Petyr Baelish, estalle.

Más allá de la riqueza visual, actuaciones memorables, efectos especiales más que aceptables, y popularizar a un autor relevante pero poco conocido fuera del mundo anglosajón, el mérito de GoT consiste en la cantidad de lecturas que pueden generarse a partir de la serie. Además de desatar una fiebre hacia la investigación histórica y la cartografía fantástica, teorías de la conspiración, parodias porno e infantiles (recomiendo en particular la de Sesame Street), memes poco brillantes y convenciones de freakys obesos y mal disfrazados pero sinceros en su fanatismo, GoT –y en consecuencia “Canción de hielo y fuego”- es un fenómeno masivo dentro de la industria cultural, sino el más relevante, de seguro el que más debates y facturas ha generado en lo que va de la década.

Fernando Escobar Pérez

@efrapaez

ANEXO 7

Singapur: De tercer a primer mundo en una generación, (20/04/2015) de GkillCity.com, sección EL MIRADOR POLÍTICO. Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/el-mirador-politico/singapur-tercer-primer-mundo-generacion#sthash.ia4xpGMV.dpuf>

Singapur: De tercer a primer mundo en una generación

por Pablo Espinel • ABRIL 20, 2015 • EDICIÓN #200

Lee Kuan Yew le demostró al mundo que el desarrollo económico no es exclusivo de una democracia liberal

El 23 de marzo de 2015, la muerte de Lee Kuan Yew (LKY), padre fundador de Singapur y prominente figura de Asia, ocupó decenas de portadas de medios a nivel mundial. Varios líderes globales –desde Barack Obama hasta David Cameron- le rindieron tributo al responsable de transformar una insignificante y pobre isla hacia una rica y próspera localidad cosmopolita de primer mundo. El éxito de Singapur no se fundó bajo esa fórmula mágica que en occidente llaman democracia liberal, no. LKY tenía un estilo autocrático para gobernar, y lo ejerció por casi cincuenta años. A la luz de varios casos fallidos de países con hombres fuertes enquistados en el gobierno por generaciones -como Corea del Norte-, y contrario a la asunción generalizada de que la democracia trae progreso ¿Cómo sucedió algo tan inverosímil?

LKY tuvo una formación sólida: se graduó en Cambridge, con honores donde demostró su notable intelecto. En 1959 llegó al poder y a partir de ahí, su historia quedaría ligada a la de Singapur. Fue el primero en ocupar el cargo de Primer Ministro: dirigió la autonomía otorgada por el Reino Unido y la posterior independencia de Malasia en 1965. La naturaleza no había sido muy generosa con Singapur: además de ser pequeño -700km²- (del tamaño de Chicago), no contaba con ningún recurso natural, ni siquiera con un suministro de agua propio para su población. La pequeña isla ubicada en el Sudeste Asiático estaba -en términos prácticos- infestada de pandillas violentas, mosquitos y pantanos.

Desde el principio de su gestión, Lee sabía hacia donde iría Singapur. “Estaba tratando de crear, en una situación de tercer mundo, un oasis de primer mundo”, dijo en una entrevista en 2008. Las políticas que abanderó fomentaron, en esencia, la inversión y el ahorro -manteniendo inflación e impuestos bajos- creando un panorama muy atractivo para el capital extranjero. Enfatizó en la educación de calidad, y el gerenciamiento del país parecía el de una empresa: retorno sobre la inversión y remuneraciones competitivas para atraer a los mejores hacia la burocracia estatal. Sumado a todo esto, fomentó una tolerancia cero a la corrupción –una tarea que muchos consideran imposible en países emergentes.

Singapur sería también un país donde todos tendrían la oportunidad de ser propietarios de vivienda. Lee Kuan Yew creó un esquema público de residencias donde ahora vive el 80% de la población. Por último, y quizás más importante, Lee determinó que la población –dispareja en términos étnicos, con una mayoría china y dos minorías hindú y malaya– adoptara al inglés como idioma oficial. Además prohibió la creación de cualquier organización basada en origen racial o étnico. No podía darse el lujo de sucumbir a escaramuzas raciales que desestabilicen el modelo y frenen el desarrollo económico.

Los resultados se consolidaron a través de los años de manera impresionante. De un PIB per cápita de 428 dólares en 1960, ascendió a 55182 dólares en 2013, centuplicando la riqueza de sus ciudadanos. Singapur aventajó así a Estados Unidos (US\$53,042), Japón (US\$38,634) y a muchas economías europeas. A diferencia de otras economías desarrolladas, el gobierno singapurense controla una gran parte del PIB a través de sus acciones doradas en empresas adquiridas con sus enormes fondos soberanos de inversión. El resultado: niveles extraordinarios de inversión extranjera directa (IED) gracias al entorno incorrupto, impuestos bajos e infraestructura avanzada. De hecho, de acuerdo al CIA World Factbook, la IED en Singapur se ubicó en US\$848.9 billones en 2013 –por encima de los gigantes Brasil (663.3 billones) e India (310 billones), por ejemplo. La isla se ha convertido en el hot spot de las corporaciones multinacionales -según los últimos datos disponibles- más de siete mil operan en el país.

El Singapur de Lee acumula otras estadísticas asombrosas: de acuerdo con el Banco Mundial y la EIU, es el país más fácil del mundo para hacer negocios y considerado el mejor ambiente empresarial del planeta. No solo posee el puerto de containers más ocupado del mundo sino que también está entre las tres refinerías de petroexportación más grandes del planeta. Además, Singapur se ubica en el top 5 de los mayores centros financieros globales -por encima de Zurich, Tokyo y Shanghai. De la mano de estos logros, la isla ha generado mucha atención internacional y los calificativos se han multiplicado: ‘Singapur Inc.’, ‘Hub de Asia del Sudeste’, e inclusive ‘Suiza de Asia’.

Su alta calidad de vida y facilidad para hacer negocios ha convertido a Singapur en un imán para los ricos del planeta. En el último par de años, existe la tendencia de que los millonarios del mundo se asienten en Singapur. Los más poderosos están considerándola por encima de Suiza como el paraíso fiscal predilecto. Desde el país europeo –capital de la banca privada internacional- empresarios migran su patrimonio hacia la pequeña isla del sudeste asiático. Se estima que Singapur podría desbancar a Suiza como primer hub offshore global en 2020.

La isla es muy atractiva y encanta fácil: basta con un solo paseo para percibir sus particularidades. Es amigable porque todos hablan en inglés, y el orden en que se alternan las calles y aceras son para dar prioridad al peatón y no al vehículo. Sus 700 km2 se dejan explorar fácilmente gracias a las excelentes redes de metro y autobús. La educación es gratuita hasta el nivel secundario y los ciudadanos gozan de una cobertura de salud envidiable, aunque no paternalista: los ciudadanos reciben subsidios en la atención

dependiendo de su nivel de ingresos. Los trámites burocráticos gubernamentales se realizan casi exclusivamente en el Internet y los documentos pueden ser despachados a domicilio, sin recargo. Lo que más llama la atención es la ausencia de policías. Su presencia es reemplazada por una red omnipresente de cámaras de seguridad apostadas en espacios públicos. Y aparentemente funcionan. Según un reciente estudio de la ONU, Singapur tiene uno de los índices más bajos de homicidios en el mundo: 0,2 por cada 100.000 habitantes, es decir, hubo apenas once homicidios en un año. Estas condiciones han ubicado a Singapur entre los diez países con mayor Índice de Desarrollo Humano (IDH), que mide dimensiones clave para el bienestar del ser humano. Parecería que vivir en Singapur es como ganarse la lotería.

No todo brilla en ‘El Dorado’ de Asia del Sur. La mayor crítica al sistema implementado por LKY es su corte autoritario e incapacidad para tolerar las voces disidentes. Desde el principio de su largo gobierno -treinta y un años como Primer Ministro y veintiuno de Minister Mentor del Gobierno-, LKY implementó políticas de cero tolerancia para comportamientos criminales, que incluyen el castigo físico. Algunos de estos “comportamientos” –como la homosexualidad y las protestas sin autorización del gobierno- están penadas con multas y cárcel, incluso en la actualidad. Asimismo, existe la pena de muerte por consumo y tenencia de drogas de todo tipo. El lado más oscuro de LKY, se hizo presente en la continua persecución a sus detractores políticos -a quienes llevó al exilio, la cárcel o la bancarrota. Lee no concebía tener enemigos.

Pero según la creciente migración, parecería que estas características autoritarias y represivas del Gobierno no tienen tanto peso como la estabilidad económica al momento de mudarse a Singapur. Los nuevos habitantes de la isla, sin embargo, no están siendo tan bienvenidos como antes: aunque no hay problemas étnicos entre los ciudadanos singapurenses de diferentes razas, la xenofobia dirigida hacia trabajadores extranjeros –ejecutivos u obreros, da igual– se ha multiplicado. Se los responsabiliza, por ejemplo, de la subida del costo de vida (ejecutivos) o de saturar el transporte público (obrerros). Muchos ciudadanos singapurenses no están contentos con que la isla haya sido declarada la ciudad más cara del mundo por la revista The Economist. Esto, junto a la omnipresencia del Estado singapurense en todos los aspectos de la isla –el legado de Lee– hace que mucha de su población se haya vuelto poco competitiva y complaciente.

Lo que sucederá con Singapur post-Lee Kuan Yew está por verse. Algunos analistas creen que sin un hombre fuerte el sistema se derrumbará como un castillo de naipes. LKY derribó el paradigma de que un sistema democrático liberal es la única opción viable para lograr el desarrollo. Lo que sí está claro es que a la mano dura de LKY –algo considerado inadmisibile en las grandes potencias de occidente– no se le puede negar el legado de haber llevado a una nación del tercer al primer mundo, en solo una generación.

Pablo Espinel

@zurdoespinel

ANEXO 8

La propaganda perpetua, (20/04/2015) de GkillCity.com, sección EL MIRADOR POLÍTICO. Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/el-mirador-politico/la-propaganda-perpetua#sthash.kVZFJ3Pk.dpuf>

La propaganda perpetua

por Héctor Yépez Martínez • ABRIL 20, 2015 • EDICIÓN #200

¿En qué se parecen los comentarios de Correa en Panamá, su tuit sobre Montalvo, y la reforma a la Seguridad Social?

En la Cumbre de las Américas en Panamá, la intervención del presidente Rafael Correa dio mucho de qué hablar. ¿Hizo el ridículo? Cuando el mandatario expuso su relato histórico —con el que coincido— sobre el imperialismo yanqui en América Latina, el presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, le contestó que la Guerra Fría ya terminó. Cuando el Mashí dijo que la “muy mala” prensa latinoamericana es una amenaza para la democracia, el líder estadounidense replicó que él también tiende a ver mal a la prensa que lo critica en su país, pero la democracia implica que todas las voces se puedan expresar. Sin embargo, más allá de este cruce de palabras, la Cumbre de las Américas pasó a la historia por la reunión entre Obama y el presidente cubano Raúl Castro, dejando en segundo plano tanto a Rafael Correa como al resto de sus aliados en la región.

Tal vez “hacer el ridículo” sea exagerado. Más apropiado sería reconocer que esa retórica grandilocuente del presidente Correa desentona cuando hilvana teorías abstractas sobre ideas tan indefendibles —incluso para sus pares socialistas— como aniquilar a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, o cuando se empeña por resucitar el fantasma del imperialismo gringo anterior a Jimmy Carter —el “regreso de los zombies”, como lo llama Roberto Aguilar en su blog—, mientras Ecuador baila al compás del expansionismo contemporáneo de China.

Lo que pasó en Panamá, más allá de la vergüenza, tal vez sea inofensivo. Pero no es un hecho aislado. Ya no resulta inofensiva esa misma actitud practicada, todos los días —o, al menos, todos los sábados— casa adentro en Ecuador: ese cambio constante de la verdad por la propaganda masiva, de la realidad por la teoría escabrosa, del debate por el megáfono autoritario.

El primer ejemplo de esta actitud es simbólico. A propósito del aniversario del nacimiento de Juan Montalvo, el Mashí recordó en Twitter que lo llamaban “el Gran Insultador”. El paralelismo —he de suponer— se refería a las constantes críticas que recibe el Presidente por insultar a ciudadanos en las sabatinas. Sí, en realidad Montalvo fue un insultador contumaz y brillante —cuyos dardos deleitaban a nada menos que Unamuno—, pero justamente dentro de esa profesión que tanto le disgusta al Presidente: el periodismo de opinión. Montalvo convirtió el insulto en obra de arte, en magistral recurso literario, para utilizarlo despiadadamente contra lo que encarna Correa: el poder. O más exacto: el poder autoritario. Mucho más virulento que cualquier “sicario de tinta” de hoy, si Juan Montalvo

—un liberal acérrimo que sostenía todo lo opuesto al socialismo del siglo 21— hubiera publicado sus panfletos incendiarios en los tiempos de la Revolución Ciudadana —que acaso bautizaría como “la Propaganda Perpetua”—, si hubiera calificado al presidente como “ente fatídico”, “Satanás” o “cacique ignorante”, si se hubiera referido a la “lepra de su alma” o hubiera proclamado que “el derecho de conspirar contra la tiranía es de los más respetables para los hombres libres”, seguramente ya estaría exiliado, preso, vilipendiado en una sabatina o condenado a pagar millones de dólares al ofendido en el poder. Montalvo no es Correa. Es todo lo que Correa hoy persigue.

El segundo ejemplo es sobre algo mucho más grave: la reforma de la seguridad social. No voy a considerar el contenido de la Ley Orgánica para la Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar, que acaban de aprobar noventa asambleístas de Alianza País más una aliada de ARE. Únicamente me referiré al debate en torno a ella. La seguridad social debería trascender los colores políticos. Es un derecho humano garantizado en la Constitución. De su efectiva garantía dependen el bienestar, la salud, la vejez y, a veces, la vida misma de cientos de miles de ecuatorianos. Sin embargo, a diferencia del encendido debate que, por ejemplo, despertó la reforma de salud en los Estados Unidos —conocida como Obamacare—, acá no hay espacio para la discusión de fondo. No se contrastan números, no se presentan reportes técnicos, no se exhiben pruebas y documentos. Acá la reforma depende de que el Presidente diga, sin demostrar si es cierto o no, que no le debe ni un centavo al IESS —lo cual es ágilmente confirmado a coro por sus subordinados—, que nunca debió cubrir el 40% por pensiones —¿entonces lo que pagó por ese concepto todos estos años fue un despilfarro?— y que, por supuesto, todo el que diga lo contrario es un mentiroso vendepatria. Sí, de tan agudas reflexiones depende todo el futuro de nuestro seguro social.

El nivel de discurso del presidente en la Cumbre de las Américas no pasa de ser decepcionante. Ese nivel sobre un símbolo nacional como Montalvo es una distorsión de la historia. Pero esa misma actitud, trasladada a los problemas reales de los ecuatorianos, en asuntos tan dramáticos como la jubilación y la seguridad social, es un error que, por beneficiar el interés de un grupo político, perjudica la capacidad para abordar nuestros mayores desafíos con libertad, información abierta y respeto a las ideas. Y esa es una factura que no la paga Alianza País, sino toda la sociedad.

Héctor Yépez Martínez

(Guayaquil, Ecuador, 1986) Abogado y profesor con ínfulas de filósofo y, a veces, periodista. Es un empedernido quijote del mito de la justicia. Practica la religión de los derechos humanos. Adicto a pensar demasiado, se niega a entrar en rehabilitación.

ANEXO 9

O estás con nosotros, o estás engañando, (20/04/2015). GkillCity.com, sección MIRADOR POLÍTICO. Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/el-mirador-politico/o-estas-con-nosotros-o-estas-enganando#sthash.yfZHTjOT.dpuf>

O estás con nosotros, o estás engañando

por Daniela Salazar • ABRIL 20, 2015 • EDICIÓN #200

Apuntes sobre un falso dilema presidencial

En Ecuador, el Gobierno se ha apropiado de la verdad al punto de que todo aquel que se atreve a disentir con él, automáticamente, miente. Ahora, formo parte de esa lista, cada vez más extensa, de mentirosos. El presidente Rafael Correa me ha puesto como un “ejemplo de deshonestidad” en el enlace sabatino del 4 de abril de 2015. En él, se preguntó: “¿tendrá la decencia de reconocer que mintió y pedir las disculpas del caso?”. En el siguiente enlace, insinuó que no tengo conciencia porque no me he disculpado, a pesar de que “se demostró que estaba mintiendo”. Indignado, se refirió a un tuit mío en el que digo que duermo en paz, cuando –según él– lo procedente no era dormir sino reconocer que falté a la verdad. Su generosidad intelectual lo lleva incluso a sugerir las palabras que debería utilizar en mi disculpa: “sí, mentí, mentí, manipulé, no es verdad lo que dije”. Todo porque en una entrevista al periodista Diego Oquendo de Radio Visión de Quito dije: “lo que a mi realmente me preocupa es la reacción del Presidente frente a las marchas en Riobamba” – me refería a un vídeo que circuló en redes sociales– “se logra escuchar al Presidente ordenando detener a manifestantes” –dije en el programa radial– “ordena a la policía detener a una persona por tener un letrero o por provocar a la policía: eso no es un delito”. En el país queda cada vez menos espacio para opiniones diversas sobre asuntos de interés público, toda afirmación es sometida a un test de veracidad o falsedad en el que el régimen funge como único depositario de la razón.

Mi mentira se evidencia –según el Presidente– porque lo que él realidad dijo fue “a ese tipo de ahí, que tiró la botella, deténganlo, al que tiene el letrero, por favor”. El Presidente ofrece la siguiente explicación a sus expresiones: “En verdad estoy diciendo que lo detengan porque había roto el cerco y estaba tirando botellazos al Presidente y a la gente”.

No estuve en Riobamba, tan sólo miré los vídeos. Eso no me inhabilita para opinar sobre lo ocurrido, pero es posible que haya cometido un error cuando supuse que él se refería a dos manifestantes distintos, uno que tiró una botella y otro que tenía un letrero. De hecho, en los vídeos no es posible apreciar a un manifestante tirando botellazos al Presidente ni a la gente, tan sólo se logra escuchar a Rafael Correa, absolutamente descompuesto, ordenando a gritos la detención de manifestantes.

Es inevitable analizar los hechos a partir de nuestro sistema de valores y reencias, y en mi caso, sin importar con cuánta frecuencia se haya repetido esta escena, no dejaré de horrorizarme que un Presidente ordene la detención de manifestantes. De ahí mi asombro cuando escuché la orden de detener “al que tiene el letrero”, sin reparar en la posibilidad de que sea la misma persona que tiró una botella, según aclaró en su sabatina. También es posible que mi percepción de que se trataba de personas distintas se deba a que se escuchaba a Correa gritarles “salvajes”, en plural. Y si seguimos abriendo el abanico de posibilidades, es altamente probable que mi interpretación de que se trataba de dos personas distintas haya estado condicionada por las innumerables ocasiones previas en las que el Presidente ha ordenado la detención de personas por ofender a su majestad con palabras o señas obscenas, actitud que ha sido reproducida por sus funcionarios, como aquella ocasión en la que la Policía detuvo a tres mujeres –según decía el parte del arresto– por orden del Ministro del Interior, José Serrano, a quien le habían gritado “torturador”. Es, además, posible elucubrar que los enfrentamientos se hubiesen podido evitar si el gobierno respetase el derecho a la protesta pacífica, protegiendo a los manifestantes sin consideración de sus opiniones, en vez de promover contramarchas o realizar recorridos presidenciales en la misma fecha. Pero no viene al caso seguir especulando. Lo cierto es que no he mentado. Es posible que esté equivocada, que no es lo mismo.

Decía San Agustín en su libro *De Mendacio* que “la mentira es una expresión que tiene un significado falso pronunciada con la intención de engañar”. Pero no hace falta haber leído a San Agustín para entender la diferencia entre errar y mentir: quien dice algo que no se ajusta a la realidad comete un error; si lo dice a sabiendas de que es falso, con el fin de engañar, miente. Por ello, todos sabemos cuando mentimos pero no cuando nos equivocamos. Debería ser innecesario escribir este párrafo, pero en la lógica del Presidente todo el que comete un error está mintiendo. Y la acusación se produce desde la más alta esfera del poder, usando fondos públicos.

Errada o no, mi interpretación sobre los hechos de Riobamba no tiene el ánimo de engañar ni de ofender a nadie. Mis expresiones en Radio Visión son solo las de una ciudadana asombrada por la desproporcionada reacción del Presidente frente a las expresiones de protesta en su contra. Y mis reflexiones en este texto son las de esa misma ciudadana cansada de la lógica de Rafael Correa, y del desmedido uso de recursos públicos para reaccionar frente a una entrevista y un tuit.

No me interesa seguir aclarando mis expresiones, pero lo ocurrido me permite apreciar algunas falacias en la lógica presidencial.

El presidente Correa no puede ordenar arrestos

Según el Presidente, la persona que tenía el letrero también “estaba tirando botellazos al Presidente y a la gente”, y eso justifica que él ordene su detención. Sería interesante poder acceder al parte policial. Si los hechos sucedieron tal como los narra Rafael Correa, estaríamos ante un delito o contravención flagrante, y se justificaría plenamente su aprehensión por parte de la Policía, sin necesidad de ninguna orden de por medio. Si, por el

contrario, el parte revela que la detención se fundamentó en la orden del Presidente, se convierte automáticamente en una detención arbitraria.

El Presidente olvida con demasiada frecuencia que no tiene la facultad de ordenar la detención de personas. La Policía puede detener a personas que cometan delitos flagrantes. Pero él, aún cuando ejerza la máxima autoridad de la Policía Nacional, no está facultado para ordenar la detención de personas. Sólo los expresamente previstos en la ley pueden ordenar la privación de la libertad de una persona: Es un principio general del derecho público que los funcionarios sólo pueden hacer aquello que está expresamente permitido por la Ley, sin espacio para interpretaciones extensivas o analógicas. El Presidente no es un juez, ni tiene autoridad legal para ordenar detenciones.

Cuando la orden de detención no emana de autoridad competente, esa detención es arbitraria y corresponde a los jueces corregir ese abuso de poder. Así, en estricta lógica, cada vez que Correa enfatiza que ordenó la detención de la persona que supuestamente tiró una botella, pone en evidencia que estamos ante una detención arbitraria.

El Presidente no tiene la misma libertad de expresión que los demás ciudadanos

En la lógica de Correa, nadie puede ofenderlo, pero él puede descalificar a todo el que piense distinto, y de paso a los medios que reproducen esas opiniones. La realidad es otra: las expresiones ciudadanas y las del Presidente deben medirse con varas distintas. Las de las personas están protegidas, aún cuando puedan ofender, chocar o perturbar. Los funcionarios públicos, como el presidente Correa, están en la obligación de abstenerse de hacer declaraciones que pongan en riesgo a las personas y que puedan profundizar la polarización social.

Evitar pronunciamientos que puedan lesionar los derechos de las personas es parte de las obligaciones de respeto y garantía de derechos humanos que tiene todo funcionario público. La Corte Interamericana de Derechos Humanos, tan venerada por el presidente Correa, ha sentenciado a Estados en casos en los que los pronunciamientos de los funcionarios públicos contribuyeron a acentuar o exacerbar situaciones de hostilidad, intolerancia o animadversión por parte de sectores de la población hacia las personas vinculadas con medios de comunicación.

Hasta el actual Relator Especial para la libertad de expresión de la CIDH –que no ha escatimado esfuerzos por acercarse al gobierno– le ha recordado al Presidente que debe tener en cuenta las consecuencias de sus “declaraciones estigmatizantes” en la vida e integridad de las personas. Luego de citar las expresiones emitidas por Correa en un Enlace Ciudadano, que tuvieron como consecuencia amenazas contra la vida de la persona que manejaba la cuenta de Twitter @Crudoecuador, el Relator le reiteró al Ecuador la importancia de crear un clima de respeto y tolerancia hacia todas las ideas y opiniones, creando las condiciones que permitan que la diversidad, el pluralismo y el respeto por la difusión de esas ideas y opiniones.

La distinta vara con que se miden las expresiones se justifica por el grado de influencia que tienen las expresiones del más alto mandatario, así como por la imperiosa necesidad de que circule la más diversa cantidad de informaciones y opiniones sobre asuntos de interés público. Si a esto le sumamos que el linchamiento sabatino hacia los que disienten y las campañas de desprestigio que difunde la SECOM se realizan con fondos públicos, el abuso de poder salta a la vista. Los enlaces ciudadanos se justificarían si fueran un ejercicio de rendición de cuentas y participación ciudadana, pero son cada vez más un espacio para que el presidente Correa se comporte como un bully, con la excusa de desmentir a todo el que se atreva a cuestionarlo.

El Presidente no puede responsabilizar al periodista de las expresiones de sus invitados

Tan evidente es que el objetivo de los ataques del presidente Correa no soy yo sino quien me entrevistó, que es imprescindible liberar al periodista Diego Oquendo de toda responsabilidad sobre lo que le dije en la entrevista de Radio Visión. En la lógica del presidente no sólo yo mentía, sino que “el entrevistador debía saber que estaba mintiendo”. Según Correa, periodistas como Oquendo “permiten que se mienta, que se engañe a la gente”. Para él, eso es ser cómplice de la mentira, ejemplo de mal periodismo, y de deshonestidad.

Oquendo ejerció su rol de manera ética y responsable al abordar un tema de interés público –cosa que cada vez menos medios de comunicación se permiten–, formular preguntas que fomentan el libre debate de ideas, y ofrecer espacio a voces diversas y plurales. De hecho, en la misma entrevista estuvo Virgilio Hernández, asambleísta de Alianza País –partido del Presidente–, quien tuvo todas las oportunidades del caso para desvirtuar mis afirmaciones.

En un programa en vivo, el periodista no tiene mayor control sobre las expresiones los entrevistados, que deben tener plena libertad para expresar sus ideas y opiniones. Al trasladar la responsabilidad al entrevistador por las expresiones de sus invitados, como pretende Correa, no le quedaría otra opción al periodista que ejercer censura previa, o al menos asegurarse de no abordar temas de interés público. El resultado de la lógica presidencial serían medios de comunicación hablando únicamente del clima, la farándula y cualquier otro tema distante de los asuntos de interés del gobierno.

Lo que el presidente Correa piense de mí, sus cuestionamientos a mi cátedra, son, en realidad, lo de menos. Lo que debe generar nuestro rechazo es la insistencia en ese falso dilema de “o estás con nosotros o estás engañando” que subyace en los comentarios sabatinos que me ha dedicado el Presidente. Esa dualidad impone –desde el poder– un control de la narrativa que constituye un desincentivo a los espacios de crítica ciudadana. El uso del poder para intimidar a las personas hasta que digan o dejen de decir algo, con el objetivo de satisfacer a una autoridad que reclama para sí el privilegio de ser la única fuente de verdad, resulta incompatible con una sociedad democrática y plural.

Daniela Salazar

Profesora a tiempo completo del Colegio de Jurisprudencia de la Universidad San Francisco de Quito y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar. Tiene una maestría (LL.M) por Columbia University en Nueva York. Obtuvo una beca Fulbright y una beca Rómulo Gallegos. Trabajó en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Ha sido consultora para la Oficina del Alto Comisionado De Derechos Humanos de Naciones Unidas, la UNESCO, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la Cruz Roja Internacional, Human Rights Watch, el Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información, entre otros. Lo único que la deslumbra es su hijo.

@dsalazaca

ANEXO 10

Los piratas que están salvando al mundo, (20/04/2015). GkillCity.com, sección CHONGO CULTURAL. Recuperado de: <http://www.gkillcity.com/articulos/chongo-cultural/los-piratas-que-estan-salvando-al-mundo#sthash.1if508yF.dpuf>

Los piratas que están salvando al mundo

por Ronny Paredes • ABRIL 20, 2015 • EDICIÓN #200

¿Son las descargas ilegales un instrumento para democratizar la cultura?

Fue un tremendo golpe para HBO y una gran noticia para los fanáticos: a menos de 24 horas del estreno de la quinta temporada de la popular serie Game of Thrones, los cuatro primeros capítulos se filtraron a la web. Dieciocho horas después, el sitio web Torrent Freak reportaba que cada episodio había sido descargado alrededor de un millón de veces. En la era digital, el público es impaciente. La gente quiere productos y los quiere ahora. Pero para el canal no hay derrota. La filtración fue un regalo inesperado que no afectó los ratings de HBO: los mejoró. Alrededor de ocho millones de estadounidenses vieron la premiere de manera legal el pasado 12 de abril; es decir casi un millón y medio más que el estreno de la cuarta temporada en 2014. El esfuerzo de los piratas para democratizar la cultura a partir de descargas ilegales es, en términos empresariales, la mejor forma de publicidad para la industria del entretenimiento, aunque esta se niegue a entenderlo.



La era del internet y la inmediatez, avalada por redes sociales, Youtube, torrents y el streaming ha creado nuevos consumidores a los que la industria del entretenimiento parece no querer adaptarse. Estos internautas están ya acostumbrados a encontrar el contenido que quieren a cualquier hora del día, en el idioma preferido y el formato necesario. Mientras, Hollywood y las cadenas de televisión gritan sus pérdidas económicas y organizan tercas cruzadas contra la piratería. Lo que buscan con ello es no desarmar todo el modelo de negocios que las ha convertido en empresas multimillonarias.

El nuevo perfil del televidente

La TV pagada se promociona como un servicio en el que la mayor ventaja es su variedad. El discurso aún es aceptado en Ecuador. Según la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel), de 741.187 suscriptores en junio de 2013, la cifra llegó a 1'210.575 en diciembre de 2014. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), los hogares del país cuentan con un promedio de 3.2 habitantes. Es decir que cerca del 30% de los ecuatorianos tiene acceso a la TV pagada. Este aumento coincide con el abaratamiento de costos gracias a la llegada de la televisión satelital: El servicio funciona con un sistema de recargas que permiten al usuario decidir cuándo gastar su dinero, lo que ayuda a administrar mejor sus recursos.

Mientras tanto, la TV de señal abierta en el país aún no puede brindar inmediatez. Pasarían años antes de que aquí se pueda ver gratis el último estreno de Hollywood o The Big Bang Theory, la serie cómica más popular del mundo. Sin embargo, nada les garantiza a los suscriptores de TV pagada que tendrán al alcance la misma experiencia audiovisual que los norteamericanos. Todo depende del intrincado sistema legal que utilizan las productoras para comerciar los derechos de difusión de sus productos. Es culpa de este sistema de copyrights que, por ejemplo, el canal AMC transmita en Norteamérica un capítulo nuevo de The Walking Dead –la popular serie ambientada en un apocalipsis zombie– el domingo, pero que los televidentes de América Latina, pese a tener un paquete de cable, tengan que esperar un día para verlo en FOX, propietaria de los derechos de reproducción en la región. El mensaje de la industria parece ser “páganos y mira las cosas a nuestro ritmo”. Pero eso es despreciar el poder que tienen los televidentes de esta época hiperconectada.



Durante la transmisión de la quinta temporada de The Walking Dead, entre octubre de 2014 y marzo de 2015, la producción fue acumulando récords de descargas ilegales. En febrero de 2015, el quinto capítulo tuvo 1.29 millones de descargas alrededor del mundo veinte horas después de su estreno. Los datos pertenecen a la empresa de monitoreo web Excipio, que además indica que el episodio estuvo disponible en la red tan solo veinte minutos después de finalizar en AMC. Esos números son solo una muestra. En el conteo acumulado, la lista de series más pirateadas entre 2014 y 2015 está encabezada por Game of Thrones (HBO) con 8.6 millones de descargas. Luego viene The Walking Dead con 4.6 millones, seguida por The Big Bang Theory (Warner), con 3.9 millones de filtraciones.

El Reporte sobre uso del tiempo, elaborado por el INEC en 2012, indica que los ecuatorianos le dedican, en promedio, una hora y media diaria a la televisión. El televidente se acerca a la pantalla para mirar ya sea un partido de fútbol, noticias, o la novela de las 8 PM. En cambio, la oferta de variedad de Internet es un hecho y la enorme ventaja es no tener que pagar por canales que no se usarán. Un plan básico de banda ancha en Ecuador puede costar alrededor de veinte dólares. En 2013, el INEC calculaba que el 28,30% de ecuatorianos tenía acceso a la red. Entonces, basta una laptop, una Tablet o hasta un celular con señal wifi para acceder a cualquier sitio de streaming y ver esos contenidos específicos cuando le dé la gana. Ese es el nuevo televidente del mundo, liberado de los horarios de la televisión y también del pesado bulto de los copyrights. Este televidente quiere las cosas fáciles. Su rango de edad está entre los quince y cuarenta años, conoce bien la tecnología y no quiere pagar por dependencia. Más bien, quiere ser el dueño de lo que ve. En ese sentido, quizá sin saberlo, el nuevo televidente avala y extiende la filosofía de la cultura libre.

¿Qué es la cultura libre?

En general, se llama “pirata digital” a quien viola los derechos de autor al reproducir una obra en internet. Cada país tiene sus propias legislaciones y consideraciones sobre cuándo se comete una violación de copyrights. Sin embargo, el estatuto más difundido es el estadounidense, denominado Acta del Milenio de los Derechos de Autor (DMCA, por sus siglas en inglés), gracias a los múltiples procesos legales que realizan a nivel mundial instituciones como la Asociación Americana de Cinematografía (MPAA) y la Asociación Americana de la Industria Discográfica (RIAA). En el extremo opuesto está la filosofía de la cultura libre: todos deben tener acceso a los productos culturales, software e información. Es una apuesta por la democratización de la cultura global que advierte a público y creadores sobre las barreras creativas y de acceso que representan las empresas intermediarias: distribuidoras, editoriales o agencias publicitarias, entre otras.

El abogado estadounidense Lawrence Lessig, especializado en derecho informático, es considerado el principal representante de esta filosofía. En el libro *Free Culture* (2004), Lessig presentó las bases para el movimiento de flexibilización de los derechos de autor. Sus opiniones se apoyan en argumentos del movimiento del software libre, representado por el programador estadounidense Richard Stallman. Stallman es un colaborador del proyecto GNU, un sistema operativo popularizado gracias a Linux y que ha servido como base a Ubuntu e incluso a Mac OS. Fue él quien integró el concepto de licencias de derechos no restrictivas que permitan a cualquier internauta distribuir y modificar sobre la base de un software. Lessig denominó luego como “copyleft” a este concepto, y creó en 2001 las licencias Creative Commons. Estas licencias –reconocidas a nivel mundial– permiten al creador decirle al público qué derechos preserva sobre la obra, y cuáles no. La idea es que con Creative Commons, cualquier producto cultural pueda ser reproducido, modificado, copiado y –en ocasiones– hasta vendido por los usuarios.

Los límites del copyright

La guerra contra la piratería se sostiene sobre múltiples argumentos legales que constan en la DMCA. En resumen, sin el permiso expreso del titular de los derechos, nadie puede copiar, distribuir, presentar el contenido ante multitudes, realizar trabajos derivados de ese contenido o lucrar con él. Pero la misma acta presenta condiciones de fair use (uso justo), que permiten el manejo sin permiso de material intelectual. Los seguidores de la filosofía de la cultura libre amparan su práctica de colaboración digital y file sharing (compartir archivos) en estas condiciones:

1. El propósito de la copia del contenido. Si es para la crítica, educación, o parodias –y no para lucrar– está permitido.
2. Uso transformativo del contenido. Es decir, si cambia la esencia del producto, su mensaje.
3. La cantidad del material que se utilizó. Mientras menos, mejor. Sin embargo, el propietario de los derechos podría argumentar que en la porción de contenido mostrado quedó expuesta la esencia del producto, y eso sí es criminalizado.
4. El efecto provocado por la copia ilegal en el mercado potencial del producto original. Si el demandante logra demostrar que la copia debilitó el éxito comercial de su producto por ser un reemplazo total de este, no se puede considerar a la copia como fair use.

Gracias al fair use, gran cantidad de material alojado en Youtube (filmaciones de conciertos, videoclips, avances de películas, documentales, películas, entre otros) se mantiene en línea. La primera condición debería, en términos de la cultura libre, permitir compartir archivos digitales.

En 2011, la MPAA declaró cerca de sesenta mil millones en pérdidas para la economía de Estados Unidos por culpa de todas las formas de piratería. Pero es justo ahí donde está el error de Hollywood y –en general– de toda la industria del entretenimiento: en sus cálculos asumen que cada uno de los archivos digitales descargados ilegalmente era una venta segura. Y eso es simplemente imposible. En la web Quora, que brinda un servicio similar a Yahoo Respuestas, el usuario Garrick Saito plantea un ejemplo:

“Imaginemos a un chico de 16 años que ha descargado cinco mil películas. A, digamos, veinte dólares cada una. Eso representaría cien mil dólares. ¿Puede alguien decir, sinceramente, que ese chico habría comprado cinco mil películas si las descargas ilegales fueran imposibles? Yo diría que no”.

Rob Reid, fundador de Rhapsody, el primer servicio online para streaming de música, se burló del número citado por la MPAA cuando fue invitado para una conferencia TED en 2012. Un sarcástico Reid explicó al público que el único campo en que la industria del entretenimiento estadounidense puede estar perdiendo tanto dinero es uno que no existía antes del nacimiento de la piratería, en 2000: la descarga ilegal de ringtones. La charla, titulada El iPod de ocho mil millones, es una interesante crítica a lo que Reid llama “las matemáticas del copyright”.

La cultura libre es la mejor publicidad

Según la filosofía de la cultura libre, permitir la descarga de archivos con copyright no es piratería sino colaboración. Muchos sitios web que comparten libros, música o videos son mantenidos por comunidades digitales, grupos de internautas que residen en distintos lugares del mundo y que se organizan para mantener viva la iniciativa. Para estos internautas, compartir un archivo digital no difiere de reunirse con amigos a ver el DVD original de un filme. Y es que, al principio de la cadena de –lo que la industria llama– piratería, hay una persona que compró ese material intelectual y que luego decide compartirlo con un objetivo mucho más sencillo que “robarle” dinero a las empresas: recomendarlo o criticarlo.

Un ejemplo de ello es el sitio web cultureunplugged.com, especializado en documentales. Cineastas de todo el mundo suben su trabajo y los filmes están disponibles de manera gratuita y se presentan en cuatro festivales digitales al año. Por otro lado, en un plano más informal, está spoilertv.com, una web que indexa torrents y que nació inspirada en un blog de crítica de TV manejado por el escritor argentino Hernán Casciari en diario El País, de España. Ahí, el Gordo, como lo conocen sus fanáticos, incluía enlaces a temporadas completas de las series sobre las que hablaba para que sus lectores las conocieran. Para Casciari, las comunidades digitales son como esos anónimos humanos descritos por Jorge Luis Borges en su poema Los Justos. Son manos que tejen los detalles en el viaje que un capítulo de cualquier serie debe tomar antes de llegar a miles de monitores. En ese texto, Casciari cita a Borges: “Esas personas, que se ignoran, están salvando el mundo”.



Lo que acarrearán este tipo de iniciativas es la creación de una base de fanáticos, la viralización y la necesidad por novedades de ese producto. Por eso, músicos, escritores, directores de cine y hasta miembros de la industria ven al file sharing –o piratería– como el mejor método publicitario de la actualidad. Uno de ellos es Jeff Bewkes, el Director Ejecutivo de la multinacional Time Warner Inc., empresa propietaria de la cadena HBO. Bewkes no tuvo reparos en opinar que el gran número de descargas ilegales de Game Of Thrones “es mejor que [ganar] un Emmy. Hemos lidiado con este problema [la piratería]

por unos veinte o treinta años, con personas que compartían suscripciones o que colgaban cables tras los departamentos [para robar señal]. Nuestra experiencia muestra que esto provoca una mayor penetración, más suscripciones pagadas, más salud para HBO y menor necesidad de publicidad pagada”. Es fácil creer en el argumento de Bewkes cuando se ven los números de suscripciones pagadas que HBO tiene alrededor del mundo. En 2013, el canal tuvo cerca de cinco mil millones de dólares en ingresos y gastó algo menos de dos mil millones en costos operativos.

En 2014, *Game of Thrones* entró en el libro de los Récord Guinnes como “el show de TV más pirateado del mundo” con 5.9 millones de descargas por capítulo. En 2010, un año antes del estreno de la primera temporada de *Game of Thrones*, HBO tenía 81 millones de suscriptores. Cuatro años después, esa cifra subió a 138 millones, según la web de estadísticas Statista. Por eso, el Director Ejecutivo de HBO, Richard Peppler, respaldó el año pasado la opinión de Bewkes sobre la piratería: “Para nosotros, esto es en muchas formas un excelente vehículo de marketing para la próxima generación de televidentes”. Imposible negarlo, el file sharing logra posicionar nombres y es la mejor carta de presentación ante el nuevo espectador.

El escritor inglés Neil Gaiman, autor del best-seller *American Gods*, es otro convencido del poder publicitario del file sharing. En una entrevista de 2011 con la organización europea Open Rights Group, Gaiman dijo que debido a las copias y traducciones ilegales de sus textos, “estaba vendiendo más libros; más y más gente me conoció, especialmente en Rusia”. Con esta evidencia, Gaiman convenció en 2008 a su editorial Harper Collins de colgar en su web una edición gratuita y descargable de *American Gods* durante 30 días. Al mes siguiente, las ventas de sus obras en librerías independientes subieron en un 300%. “Esto es solo gente prestándose libros”, dice Gaiman sobre la piratería. “Lo que la web está haciendo es permitir a la gente leer, escuchar y ver cosas que, de otra manera, no habría podido conocer. Y, básicamente, eso es una cosa extraordinariamente buena”.

En la industria de la música, la banda inglesa Radiohead es una de las que más critica el modelo de negocios de la industria para ponerse del lado del consumidor. Desde 2007, la banda publica sus nuevas producciones en su blog antes de que el sello EMI las distribuya en formato físico. Comenzaron con su séptimo álbum *In Rainbows*, y permitieron que los fanáticos pagaran –o no– por las canciones el monto que creyeran conveniente. En 2011, Radiohead estrenó su siguiente álbum, *The King of Limbs*, un mes antes en el sitio web por un costo de nueve dólares. Thom Yorke, vocalista del grupo, lanzó en 2014 su segundo disco solista a través de BitTorrent, el formato de descargas más utilizado por la piratería actual, y lo vende también a través de la web de músicos independientes BandCamp. Es claro que estas son estrategias para deshacerse de los intermediarios en la venta de sus obras y tener una relación directa con su público. A los miembros de Radiohead no les preocupa la piratería. “Hay una parte de mí que siente que las descargas ilegales son solo una forma más sofisticada de lo que nosotros hacíamos en los ochenta: grabar música en casetes”, dijo alguna vez Ed O’Brien, el guitarrista del grupo. Según O’Brien, la industria es su propia asesina por no adaptarse a la era digital.

Radiohead, Pink Floyd y Travis son algunas de las bandas suscritas a la Featured Artists Coalition (FAC), una organización creada en 2009 para proteger los derechos de los músicos ingleses en los contratos con compañías productoras. No son una asociación antipiratería sino un grupo contrario al poder absoluto que las disqueras quieren ejercer sobre las creaciones de los artistas. El año que fue fundada, la FAC solicitó al ex ministro de Negocios de Reino Unido, Peter Mandelson, desistir de su propuesta de bloquear el uso de internet a los ciudadanos que descargaran contenido ilegalmente.

Que estos artistas tengan éxito económico, pese a que sus obras sean muy pirateadas, demuestra que el compartir archivos –o la descarga ilegal– es un efectivo medio para promocionarse. El boca a boca llega más lejos y, si el producto ofrecido gusta, el público no dudará en comprar una entrada a un concierto, al cine, una camiseta, un disco o un libro. Si el producto físico viene con valor agregado y a un precio justo, el público lo recibirá y pagará por él.

Tácticas de supervivencia

Nick Mason, baterista de Pink Floyd, asegura que los músicos no quieren “entrar en guerra con los fans” por los derechos de autor y que el file sharing “significa una nueva generación de seguidores para nosotros”. En las palabras de Mason está el dato que la industria del entretenimiento no quiere aceptar: hay una nueva generación de consumidores del cine, la música, los libros, la fotografía o el software. Son nuevos clientes –por decirlo de una forma que los empresarios puedan entender– con necesidades distintas a las de sus predecesores. Inmediatez, portabilidad, hiperconectividad, libertad de uso, son características que deben tener los productos a consumir en la era digital.

Netflix fue, hasta hace poco, la única empresa que pudo responder al nuevo público de la televisión. Los estadounidenses Reed Hastings y Marc Randolph fundaron en 1997 esta empresa que empezó como un servicio de alquiler de cintas y DVD. El logro de Hastings y Randolph fue anticipar que internet sería el medio de entretenimiento más barato, práctico y rentable en los años siguientes. Por eso se las ingeniaron para obtener una ganancia sobre material que es, o podría ser, pirateado. En 2007 plantearon un nuevo modelo de negocio: el streaming por suscripción. En 2015, el servicio de streaming de Netflix está presente en alrededor de sesenta países, incluido Ecuador. Gracias a una suscripción barata –en comparación a la TV pagada– de en promedio nueve dólares mensuales por el plan básico en todos los países, la compañía de Hastings y Randolph genera ingresos por cinco mil millones cada año. Las grandes ganancias que Netflix ha presentado desde su inicio impulsaron a otras compañías a crear servicios similares. Entre ellas están: Hulu, con seis millones de suscriptores por ocho dólares al mes; Amazon Instant Video, de la famosa tienda online y disponible para los 20 millones de suscriptores de Amazon Prime por 99 dólares al año (no está claro cuántos de ellos usan el servicio de streaming); HBO Go, que viene junto al paquete de canales de HBO en TV paga, y HBO Now, nueva aplicación de streaming independiente por quince dólares mensuales.

Sin embargo, ni Netflix ni sus competidores están cerca de ser una solución absoluta contra el file sharing y es, otra vez, culpa de los copyrights. El catálogo de estas compañías se limita a series, películas y documentales que tienen licencias de distribución menos costosas. Cada mes añaden más contenido que, según el precio de su licencia, puede estar disponible de manera permanente o solo por un tiempo. Los usuarios estadounidenses son los más beneficiados porque la mayor parte de estos servicios funcionan solo en ese país. En Asia, Europa o América Latina, muchas series o filmes no pueden ser vistos porque otra empresa pagó más que Netflix para tener el material. Por eso, los servicios de streaming están creando sus propios contenidos. Por ejemplo, Netflix tiene unas treinta series originales entre las que constan House of Cards y Orange is the New Black, con alrededor de noventa mil y cincuenta y cinco mil descargas ilegales respectivamente entre julio de 2013 y junio de 2014. Por su parte, Amazon tiene unos diez productos propios, y hace poco contrató a Woody Allen, el famoso director y músico amante de Nueva York, para crear una serie. Además, Amazon produce Transparent, la primera serie netamente online en ganar un Globo de Oro.

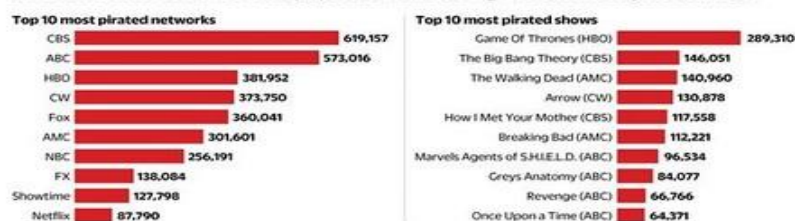
En Ecuador también existen opciones de streaming legal. Claro Video incluye series, conciertos y caricaturas por \$ 8.40 al mes. Aun así, ciertas películas tienen un costo adicional. También están DirecTV Play, Fox Play e ESPN Play, servicios de streaming solo accesibles con un paquete de TV pagada. Y está CNT Play, una plataforma hasta ahora gratuita con un pequeño número de filmes nacionales y producciones propias, como la décima temporada de Solteros Sin Compromiso.

Opciones para una industria con contenido accesible

La piratería digital existe por muchos motivos, y entre ellos está el alto costo de acceder a la televisión pagada. Para ver Game of Thrones, serie basada en la saga literaria A song of Ice and Fire de George R.R. Martin, los fans deben pagar una suscripción a la TV por cable y un adicional por los canales de HBO. En Australia, el costo mensual de un paquete con HBO es de alrededor de ochenta dólares, con un contrato mínimo de seis meses. Similar precio tiene en Estados Unidos, con paquetes de canales por alrededor de setenta dólares, y HBO por quince o veinticinco dólares adicionales. En Ecuador, los canales de HBO tienen un costo adicional de diez dólares adicionales al paquete básico de cable, que se consigue por alrededor de dieciocho dólares. El gasto aumenta si se quiere señal de alta definición (HD) o un decodificador que permita grabar programas y retroceder en vivo.

Most Pirated Networks and Shows

Half of the top 10 most pirated networks are broadcasters, and 7 of the top 10 most pirated shows come via broadcast TV. Number of unique peers worldwide sharing TV shows on a daily basis last week:



Source: CBG Talk:Net Chart shows the number of unique IP addresses worldwide that shared files of TV's top-rated shows across Bit Torrent on a daily basis last week.

Un suscriptor de TV pagada difícilmente querrá costear un extra por Netflix o Claro Video. La mayoría tendrá que elegir entre uno u otro y recurrirá al file sharing para complementar sus necesidades audiovisuales. Iniciativas como Cuevana Storm y Popcorn Time le ganan de largo la carrera por contenido a los servicios de streaming legal, porque acumulan en una sola aplicación las series más buscadas en la actualidad. No son legales porque no cuentan con el permiso de transmisión de los dueños de los contenidos. Sin embargo, podrían serlo dependiendo del país, porque no almacenan ningún contenido, lo toman todo de torrents preexistentes. Y, sobre todo, ninguna de estas aplicaciones lucra con su actividad, pues no presentan publicidad: para mantener su infraestructura digital reciben donaciones de los usuarios. En ese sentido, ambas son soluciones para que personas de todo el mundo vean producciones audiovisuales hechas en las regiones más alejadas del planeta o tengan acceso a clásicos de la cultura popular.

Hollywood, las productoras musicales y las cadenas de TV aún tienen una ventaja esencial sobre esas comunidades a las que llaman piratas y no colaboradores. El lanzamiento de sus productos y el medio para estrenarlos sigue bajo el control de la industria. La cadena HBO lo sabe y, como una acertada medida para controlar la piratería, trabajó para que la nueva temporada de Game Of Thrones se estrenara en ciento setenta países al mismo tiempo. En general, los sitios de file sharing esperan siempre la salida en alta calidad de las series, películas y música para poder compartirlas, porque así los prefiere el público. Lo demuestra el rating de la premiere: 7.99 millones de televidentes enganchados a señal HD (que tiene una imagen de 720-1080 píxeles). Es decir, cinco veces el millón y medio de personas que descargaron el capítulo filtrado un día antes en baja calidad (480p), y un 21% más que los 6.6 millones que vieron el estreno de la cuarta temporada en 2014.

La industria podría aprovechar esa ventaja si lanzara un servicio con el modelo de negocio de Netflix pero de alcance mundial, sin restricciones, y con la colaboración de todas o la mayoría de productoras para que el usuario tenga un acceso casi absoluto al contenido audiovisual clásico o contemporáneo. Y que no sea excesivamente caro para que pueda competir con la temida y cruel piratería. Es una idea casi utópica, pero no es imposible. Que Netflix, Amazon, DirecTV Play, y HBO Go y Now reúnan millones de usuarios alrededor del planeta es una confirmación del argumento de que “si hay valor agregado, la gente comprará”.

Lo demostró Hernán Casciari con Orsai, una revista de literatura, periodismo y caricatura. El proyecto no vendía páginas para publicidad: su único medio de ingresos era el pago del lector. No había distribuidores: los lectores la recibían por correo, directo de la casa de Casciari, o se organizaban para que uno recibiera un paquete de diez revistas. Para los que no podían comprarla (costaba alrededor de doce dólares, sin incluir el costo del envío), el mismo día de lanzamiento de cada número se subía una copia digital completa y gratuita al sitio web Issuu. El valor agregado para los que sí pagaban era una versión e-book portable que contenía videos exclusivos, lo que convertía a la revista física en un objeto de colección por su cuidada producción y belleza gráfica.

En una entrevista para Orsai, Peter Jenner lanzó una segunda propuesta de modelo económico para la industria del entretenimiento. Jenner, productor musical y ex manager de Pink Floyd, planteó un mínimo incremento a la tarifa del plan de internet que se pueda desviar para un fondo común que pague por los materiales ilegalmente descargados:

“Hay sesenta millones de habitantes en Reino Unido, por tanto hay más o menos sesenta millones de contratos relacionados con distribuidores digitales y con todos ellos pueden descargar música (ya sea ADSL, teléfono móvil, iPads, etcétera). Si se incrementara una sola libra a cada uno de esos contratos en concepto de copyright para artistas, nadie notaría la diferencia y supondría sesenta millones de libras al mes, o lo que es lo mismo, setecientos veinte millones de libras al año generadas para la industria musical. ¡Es una cifra que no genera ahora mismo la venta de discos en el Reino Unido! Tendrían que cerrarse unos flecos, pero de esa forma no importaría en absoluto que las ventas de discos físicos descendiera”.

Soluciones como esta son urgentes. No por la industria, que sigue siendo multimillonaria e invirtiendo dinero a montones, pero sí por las personas que necesitan servicios asequibles para no quedar marginados de los consumos del mundo en la era digital. La industria del entretenimiento se está matando a sí misma y fallándole al consumidor. No en cantidad o creatividad, pero sí en acceso a contenidos. Estas instituciones limitaron su capacidad para adaptarse a la época al construir un intrincado y caprichoso sistema legal que no permite a todos ser parte del mismo capítulo. En ese escenario, el file sharing es el grito más fuerte a favor de la democratización de la cultura.

Ronny Paredes

(Marcelino Maridueña, Ecuador, 1993) Amante de las series, cine, música y libros que intenta aprenderlo todo, o al menos conocerlo. Escritor aletargado por su pueblo y los domingos. Le reza al Internet, a los torrents y a los tutoriales de Youtube. "Escribiendo se entiende la gente", sostiene. Se mudó a Guayaquil para estudiar Comunicación Social en Edcom - Espol.

@ronnst

ANEXO 11

Benjamin Grosser: “La vigilancia cambia quiénes somos y qué hacemos”, (20/04/2015). GkillCity.com, sección CHONGO CULTURAL. Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/chongo-cultural/benjamin-grosser-la-vigilancia-cambia-quienes-somos-y-que-hacemos#sthash.NgC6LAOJ.dpuf>

Benjamin Grosser: “La vigilancia cambia quiénes somos y qué hacemos”

por Carlos A. Noyola • ABRIL 20, 2015 • EDICIÓN #200

¿Cómo afectan a nuestro comportamiento las redes sociales y el espionaje masivo?

Benjamin Grosser es un artista que se ha atrevido a burlarse de la NSA. Su proyecto ScareMail es un software que coloca, al final de los correos electrónicos, palabras claves – generalmente sin sentido– consideradas evidencia de conspiraciones terroristas por la Agencia Nacional de Seguridad (NSA) de Estados Unidos. El programa es gratuito y cualquier usuario de internet lo puede instalar en su computadora. Es decir que el programa de Grosser ha obligado a agentes del gobierno a revisar miles de mails con contenido inservible. Una columna del Chicago Tribune –titulada Proyecto de arte pone un tinte de terror a emails– criticaba con fuerza a ScareMail. El autor, Eric Zorn, aseguraba que el proyecto “amenazaba con tener el mismo efecto que revelar la identidad de agentes encubiertos o vender réplicas de pistolas hechas de plástico que pueden evadir detectores de metal”. Para Zorn, atentar contra filtros de seguridad que invaden la privacidad de los ciudadanos puede tener repercusiones serias para la seguridad del país y no debe ser llamado arte. ScareMail es el trabajo más famoso de Grosser. Es quizá el que lo ha catapultado al podio de los pocos artistas reconocidos que trabajan con nuevos medios, por la controversia que ha generado. Pero el artista ha hecho más que retar los sistemas de hipervigilancia estadounidenses: ha puesto en evidencia la forma en que nos dominan las nuevas tecnologías.



Cuando estudiaba Composición Musical –tiene una licenciatura en esa carrera–, Grosser estaba interesado en crear sonidos que nunca había escuchado con la ayuda de una computadora. Pero en ese entonces no existían softwares para trabajar con sonido. “Si querías crear música con una computadora tenías que crear tu propio software”, explica el artista. Fue así que aprendió programación, una herramienta que ha permitido el desarrollo de la mayor parte de su obra. En sus trabajos explora la forma en que las nuevas tecnologías afectan nuestro comportamiento. Facebook Demetricator, un software que desactiva las cuantificaciones en Facebook (likes, número de comentarios y veces compartido), muestra cómo los números cambian lo que hacemos o decimos. Una osadía en una época en que se le rinde culto a las estadísticas como guías para tomar decisiones en todos los campos. Grosser también creó Computers Watching Movies e Interactive Robotic Painting Machine, donde explora los alcances de la inteligencia artificial y desmitifica la idea de que los softwares son neutrales.

Acorde a su idea de una web libre, todos sus programas se pueden descargar gratuitamente de su página web, que incluye también sus otros proyectos, exhibidos en galerías desde Boston hasta Tel Aviv. Grosser pone a prueba el rol del artista en la era de la web, y se pregunta si las máquinas no son también capaces de decidir y crear –hasta un punto que a algunos espanta– por sí mismas.

¿Qué son los softwares y la tecnología para ti? ¿Qué rol tienen en nuestras vidas?

Los softwares ya forman parte de la vida diaria. Uno no se puede escapar de ellos. Un software le dice al cajero automático si debe darte dinero y al restaurante si tu tarjeta aún tiene crédito. Los softwares te permiten comunicarte con mensajes de texto, Skype, iMessage, email, Snapchat, Twitter, Facebook etc... Un software decidirá si te dan un préstamo para comprar un coche o si una empresa puede confiar en ti.

Al mismo tiempo, la mayor parte de este software es diseñado y creado por sector muy pequeño de la población. Los desarrolladores de software viven en unas pocas colonias, la mayoría estudió en las mismas cinco universidades con los mejores programas de Ciencias Computacionales, y todos ganan en promedio entre 75 y 125 mil dólares al año. En su mayoría son blancos, hombres, y de entre 25 y 35 años. En otras palabras, tienen una cierta posición cultural, y por ende una visión del mundo muy particular. Su visión es neoliberal, una visión emprendedora que cree que todo puede ser resuelto con softwares. Esto no significa que los softwares o sus desarrolladores son malos, pero los softwares que resultan representan una visión del mundo específica, y debe ser importante para todos entender esto.

Tus proyectos cuestionan el papel del artista. Por ejemplo, con tu Interactive Robotic Painting Machine (Máquina robótica interactiva que pinta), ¿quién es el autor del producto final? ¿El robot está únicamente siguiendo tus órdenes dadas en el software o te has vuelto un mero facilitador de lo que él quiere hacer?

¿Cuál es el producto final? ¿Las pinturas? ¿El robot? ¿La video-documentación? A veces siento que solo soy el cuidador del robot, el que lo ayuda a hacer lo que sea que quiera en lugar de a la inversa. Creo que el robot tiene autonomía a pesar de que yo lo creé.



[Interactive Robotic Painting Machine](#) from [benjamin grosser](#) on Vimeo.

¿Le tienes miedo a la inteligencia artificial?

No, pero tengo cuidado con lo que la inteligencia artificial puede provocar en los seres humanos, en particular como puede aumentar aún más las desigualdades de poder. La inteligencia artificial que decide lo que tu búsqueda en Google “significa”, qué programa de televisión poner o cuáles de las publicaciones de tus amigos en Facebook preferirías ver tiene mucho poder sobre tu acceso a la información, y eso debe ser entendido.

Tu proyecto Computers Watching Movies (Computadoras viendo películas) me recordó a Slavoj Žižek cuando habla del “sujeto interpasivo”. Žižek argumenta que lejos de conectarnos, la tecnología nos está volviendo más pasivos, y aún más importante, está interactuando y disfrutando por nosotros: las noticias de Facebook, el botón de retweet, películas que nadie está viendo excepto la computadora o televisión. ¿Qué piensas de esto? ¿La tecnología está mejorando las relaciones humanas?

Sí y no. Sin duda ahora me relaciono con una comunidad de personas más grande que nunca gracias a sitios como Facebook y Twitter, pero al mismo tiempo que me permiten comunicarme con más personas también limitan lo que digo y cómo me presento ante los demás. Una de las cosas que busco con mi trabajo es revelar las formas en que los softwares no son neutrales, examinar cómo afectan lo que hacemos, y por ende quiénes somos.

Por cierto, Vito Campanelli describe algo similar al concepto de Žižek, pero que se refiere directamente a la web como sujeto cuando habla de las “corrientes predeterminadas” en la web en su libro *Web Aesthetics*.



Computers Watching Movies (Taxi Driver) from benjamin grosser on Vimeo.

En este mismo sentido, ¿cómo está afectando nuestras relaciones la obsesión que tenemos por la cuantificación? ¿Qué contraste con Facebook Demetricator?

Los números en Facebook (contar cuántos “me gusta”, cuántas veces ha sido compartido, cuántos comentarios) hacen que los usuarios interactúen de forma que esos números crezcan. Queremos tener likes, entonces publicamos cosas que tienden a tener más likes, y dejamos de publicar las que no. Creemos que tener más likes que nuestros amigos es una medida con significado. Cuando sabemos que otros pueden ver cuántos likes tiene lo que publicamos tenemos más razones para querer más likes. En otras palabras, cuando nos dicen cuánto de algo tenemos, tendemos a pensar que más es mejor, y hacemos lo que sea que genere más.

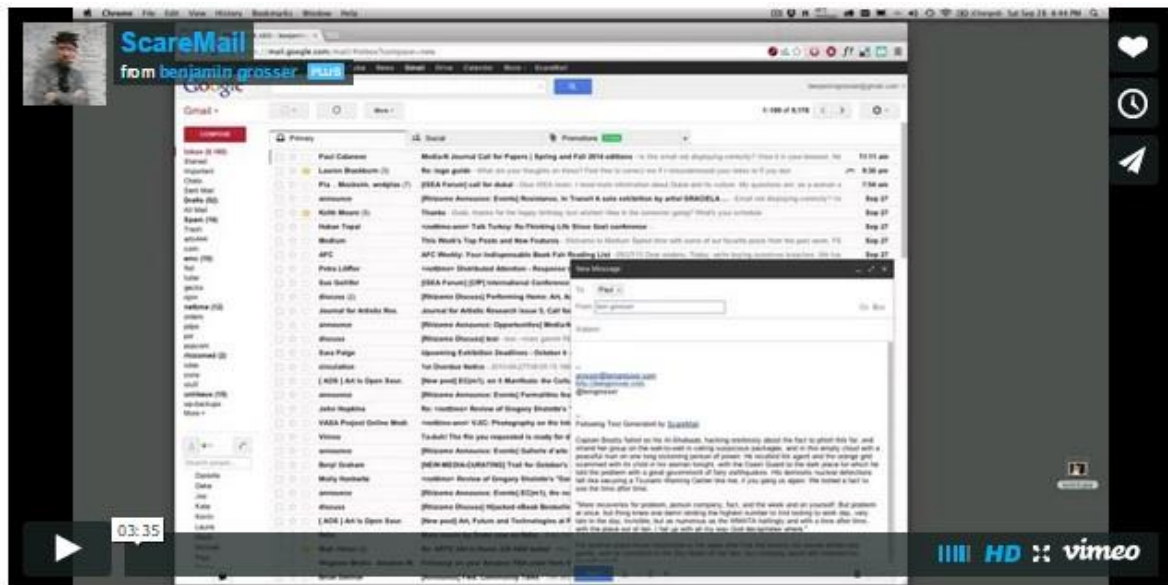


¿Somos otras personas en la web? ¿Cómo cambia quiénes somos en la vida real cuando estamos en el mundo virtual?

La diferencia entre “real” y “virtual” se vuelve más borrosa cada día. Entre más se difuminan los límites, más difícil se vuelve llevar identidades alternativas en línea, y eso es justo lo que las corporaciones y el gobierno quieren. Si solo puedes ser una persona en Facebook y tienes que manejar tu cuenta personalmente es más fácil para ellos analizar tus hábitos de consumo y vender tu mirada a los anunciantes. Si solo puedes ser una persona en la web es más fácil para la NSA (Agencia Nacional de Seguridad) rastrear cada uno de tus movimientos en línea y en el mundo físico.

En tu página web afirmas que “ScareMail se propone frustrar los intentos de vigilancia de la NSA volviendo los resultados de sus búsquedas material inútil”. ¿Te consideras un artista contestatario? ¿Cuáles crees que son las responsabilidades que tiene el arte con la sociedad?

No uso la palabra “contestatario” para describirme a mí o a mi trabajo. Sin embargo, me interesan las implicaciones políticas de los softwares, lo que significa que mi trabajo algunas veces se cruza directamente con políticas gubernamentales. Me gustaría que los artistas incluyan en su trabajo temas que importan, temas que vayan más allá de ellos mismos. Eso no significa que el trabajo de uno debe ser abiertamente político o que no puede ser muy personal, pero lo que sea que hagas debe tener relevancia para los demás.



¿Qué te dice el debate que ScareMail ha generado sobre el proyecto y sobre tu trabajo?

La vigilancia cambia quiénes somos y qué hacemos. De hecho, nos cambia tanto que algunas personas creen que poner palabras sin sentido al final de tus correos electrónicos es equivalente a un acto terrorista.

Carlos A. Noyola

México DF, México, 1996 Poeta. Su primer libro es Costumbres correctas.

@carlosnoyolac

ANEXO 12

La diversidad es riqueza, (20/04/2015). GkillCity.com, sección LA VIDA DE LOS OTROS. Recuperado de: <https://www.gkillcity.com/articulos/la-vida-los-otros/la-diversidad-es-riqueza#sthash.uOnpUGai.dpuf>

La diversidad es riqueza

por Matthew Carpenter-Arévalo • ABRIL 20, 2015 • EDICIÓN #200

¿Cómo nos dicen la economía y la religión que aceptemos a las minorías?

Cuando mi prima mayor anunció que era bisexual y que tenía novia, no sabía qué esperar de mi familia. En nuestra casa no había nada más sagrado que Dios y la familia. Todos los domingos, sin falta, íbamos a misa, y luego una treintena de familiares nos juntábamos para almorzar y cenar juntos. En las noches leíamos la Biblia antes de dormir, y en la infancia, nuestros papás nos enviaban a campamentos religiosos de verano donde hacíamos deportes y estudiábamos las escrituras. Los amigos de la iglesia eran panas de la vida, y buscábamos en la religión una respuesta a los problemas del día a día. A pesar de que mi familia paterna era protestante, mis padres creían en la pluralidad: Me enviaron al catecismo católico y a un colegio también católico. Eventualmente fui bautizado en una iglesia protestante y en una católica. La religión era importante en nuestras vidas, y por eso era normal la incertidumbre sobre cómo la familia iba a tomar la noticia de mi prima.

Mis abuelos paternos eran el eje central de la familia, y tenían la última palabra en temas con matices religiosos. Por lo tanto, ellos decidieron la reacción colectiva que íbamos a tener frente a la revelación de mi prima. Jesús —dijo mi abuela— no rechazaba a nadie excepto a: 1) Las figuras religiosas del día, los moralizadores que rezaban en público y pretendían hablar en nombre de Dios, y 2) Los que compraban y vendían en el templo. Mis abuelos nos recordaron que, en cambio, Jesús daba agua del pozo a las mujeres rechazadas por la sociedad, y que debíamos buscar en su ejemplo nuestro comportamiento. Mi prima había tenido un matrimonio heterosexual fracasado y una serie de problemas para encontrar estabilidad en su vida, hasta que conoció a la mujer con quién compartiría más de diez años. Aunque a mi familia conservadora le tomó un tiempo acostumbrarse a la idea de la igualdad de matrimonio, creímos que nuestra posición estaba muy alineada con los ejemplos que nos dejó el Nuevo Testamento.

Siempre habrá quienes busquen en la Biblia una justificación para sus prejuicios. Pero esa perspectiva más bien representa una religión a la carta que tiende a desembocar en una telaraña demasiado compleja, insostenible: Levítico tiene tres versículos que prohíben consumir camarón y Deuteronomio 22:9 prohíbe sembrar dos plantas en un solo viñedo. En mi familia nos enseñaron que con tantas restricciones, los cristianos pueden perderse en los detalles, y que por eso debíamos prestar atención a Mateo 7:5 cuando Jesús dice,

“¡Hipócrita! saca primero la viga de tu propio ojo, y entonces verás bien para sacar la paja del ojo de tu hermano”.

Los más grandes detractores del matrimonio igualitario son los grupos religiosos. No es la primera vez que Dios es usado para justificar prejuicios. El apartheid de los sudafricanos blancos tenía su base en el calvinismo afrikáner, que dictaba que los blancos eran los elegidos de Dios y tenían derecho de subordinar a los negros idólatras. El Ku Klux Klan (KKK) justificaba su persecución de negros en el nombre de la pureza de la raza blanca protestante e invocaba símbolos religiosos como las cruces encendidas. Pero esas dos ideologías –que antes dominaban en sus respectivos territorios– han sido rechazadas por cristianos de la corriente principal. Aquello demuestra que la interpretación de la Biblia para justificar actos en la tierra es una cuestión en cambio constante.

Al final, el matrimonio es un contrato del Estado, y Dios no tiene por qué intervenir, de la misma forma que no interviene en la venta de un inmueble. Los argumentos sobre la “definición tradicional” de matrimonio son inexactas. Tendrían que reconocer que el matrimonio monógamo –es decir, entre dos personas– es un concepto bastante moderno en la mayoría de sociedades actuales: la Biblia no condena la poligamia. El Rey Salomón, por ejemplo, tenía 700 esposas y 300 concubinas.

El desarrollo es plural

Nosotros, los heterosexuales, tenemos que insistir en los derechos de los homosexuales. En Ecuador hay mucho trabajo por hacer para alcanzar una verdadera igualdad de oportunidades entre los distintos grupos étnicos y sociales. Y los derechos legales de los LGBTI representan una de las últimas fronteras a vencer para crear una sociedad de igualdad ante la ley. Las razones no son solo humanitarias, también son económicas: El urbanista Richard Florida ha demostrado que en Estados Unidos, las comunidades más amigables con los gays son las más avanzadas en materia económica. En 1998, Florida investigaba los lugares con mayor concentración de industrias de alta tecnología y de gente talentosa en Estados Unidos. Al mismo tiempo, un estudiante de doctorado en Carnegie Mellon (Pittsburgh), Gary Gates, investigaba las ciudades que concentraban las mayores cantidades de homosexuales. Las dos listas coincidieron. Luego, Florida hizo otra investigación, el Index Bohemio, que mostraba los lugares más escogidos por artistas, escritores y músicos para vivir. Esa tercera lista también coincidía con las dos anteriores. En su ensayo *The Rise of the Creative Class*, Florida explica que “la gente talentosa busca un entorno abierto a las diferencias. Muchas personas altamente creativas, sin importar su etnia ni su orientación sexual, crecieron sintiéndose outsiders”. Las nuevas industrias líderes en el mundo se basan en la creatividad y el conocimiento, y las comunidades más diversas y más abiertas son más propensas a dirigir esas industrias.

El Ecuador no avanzará si no avanzamos todos juntos: ricos, pobres, mestizos, indígenas, negros, heterosexuales, homosexuales y todos los grupos sociales. Al final, todos somos

ciudadanos, y esa condición de ciudadanos trasciende las clasificaciones. El imperio español aprendió que las docenas de clasificaciones de castas no ayudaron a organizar el mundo. Y hoy necesitamos entender que la sexualidad y el género son temas demasiado complejos para limitarse a definiciones obsoletas. Mientras más rápido lleguemos a la aceptación legal y social de las personas LGBT, más rápido podremos concentrarnos en crear un Ecuador donde los únicos factores diferenciadores entre el uno y el otro sean el talento, las ganas y el esfuerzo.

Matthew Carpenter-Arévalo

Nacido en Canadá y ecuatoriano de espíritu. Escribe sobre temas de tecnología, política, cultura y urbanismo.